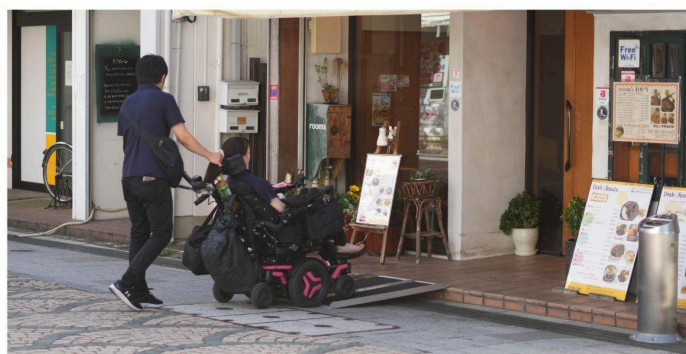


2024年度群馬県官民共創ポリシープロジェクト 最終報告書



群馬県での小規模店舗への全額補助による
車椅子用のスロープ支給制度の構築事業



ウィーログ

「小規模店舗への全額補助による車椅子用のスロープ支給制度の構築」
～官民共創で創る「行きたい店に、行ける社会」の実現～

NPO法人ウィーログ

1.はじめに

1.1 車いすだからあきらめる社会を変えたい

車いすユーザーやベビーカー利用者にとって、小規模店舗の入口にあるわずかな段差が大きな障壁となり、外出や飲食の機会を制限される現状があります。「入店拒否」や「店内が狭いと言われて諦めた」といった、残念な経験をされた方が少なくありません。ほんの10cm前後の段差で入店を諦めざるを得ず、「そこに行ってみたいのに諦める」現実があるのです。このような入店拒否やネガティブな体験談は、アンケートでも多く寄せられ、当事者の外出意欲や社会参加を大きく損なっていることが明確になっています。

1.2 小規模店舗の課題

建物のバリアフリー化は入り口に段差を設けないことが大前提です。しかし現在、大規模な公共施設や商業ビルでは段差解消やエレベーター設置が進んでいるにもかかわらず、**特定建築物内および路面店**の小規模店舗ではバリアフリー化が進まず、たくさんの車いすユーザーの外出機会や店舗利用が損なわれています。そこで群馬県で、群馬県官民共創ポリシープロジェクトの一環として、小規模店舗が抱える段差を簡易スロープで解消するモデルを構築し、実証実験を実施しました。

本実証実験は、スロープ設置による来店者の増加や、店舗側の意識変化を促すことを目的としています。工事によるスロープ設置は費用面や納期面から飲食店側の負荷が高いため、持ち運び式の簡易型スロープでとしました。アンケート調査や街歩きプログラムを通じて、導入後の利用状況や課題を把握し、今後の制度設計に向けた改善策を検討しました。

本報告書では、その取り組みに付随して実施した事業者用アンケート・車いす利用者向けアンケートなどの分析結果、そして運用時の課題や改善策を包括的にまとめています。簡易スロープ設置の工夫で車いす、ベビーカー利用者、高齢者の外出可能性を大きく広げられる一方、「心のバリア」や「運用体制の整備」といった根深い問題があることも浮き彫りになりました。

今回の事業では、群馬県で活動している当事者団体の皆様、地元の皆さまが数多くの小規模店へ声をかけてくださったおかげで、**21店舗**の小規模店舗が実証実験に協力し、前向きな変化が芽生え始めています。メディアへの報道やイベント開催も行い、関係者の関心を集めています。ぜひこの報告書を、今後の施策検討や地域のバリアフリー推進の参考にいただければ幸いです。

目次

1.はじめに	
1.1 車いすだからあきらめる社会を変えたい.....	2
1.2 小規模店舗の課題.....	2
2.群馬県官民共創ポリシープロジェクトと本実証実験の位置づけ.....	4
3.実施内容詳細	
3.1 実施体制.....	6
3.2 スケジュール.....	8
3.3 スロープ導入フロー.....	10
3.4 申請の簡略化.....	13
3.5 周知活動・広報.....	14
4.課題の把握とニーズ分析	
4.1 関係者別のニーズと課題整理.....	21
4.2 車いすユーザーのお困りごとアンケート.....	25
5.導入成果の分析	
5.1 導入店舗の特徴.....	30
5.2 店舗スロープ設置可能な条件(図面・特徴分析).....	35
5.3 バリアフリー店舗の増加.....	42
5.4 地域のバリアフリー情報の増加.....	46
5.5 スロープの実際の利用実績.....	49
5.6 スロープ設置効果・事業者の変化・課題.....	52
5.7 スロープ導入後の店舗スタッフの対応変化.....	54
5.8 利用者用_簡易スロープ利用アンケート.....	59
6.運用時の課題	
6.1 運用時の課題.....	68
6.2 申請・審査の課題.....	72
7.今後に向けて	
7.1 振り返りと今後の展開(政策目標).....	74
8.まとめ.....	78
9.謝辞.....	79

2. 群馬県官民共創ポリシープロジェクトと本実証実験の位置づけ



小規模店舗へのバリアフリー化が進まない理由のひとつとして、費用や労力の面で店舗オーナーの負担が大きいことが挙げられます。

そこで、群馬県官民共創ポリシープロジェクトという枠組みを活用し、行政とNPO・当事者団体が協力してスロープ導入費を補助するモデルを構築しました。

※群馬県官民共創ポリシープロジェクトとは

非営利団体などの民間団体から社会課題の解決に向けた提案を募集し、採択された団体が株式会社PoliPoliが運営する寄付基金「PolicyFund」を活用して実証実験を行うもの。

その際に群馬県が実証フィールドを提供するなどして実証実験に取り組む。

このモデルの意義は、以下のとおりです。

■ 段差解消だけでなく、地域経済の活性化につなげる

バリアフリー対応店舗が増えることで、車いすユーザーやベビーカー利用者など幅広い層が外出しやすくなります。

その結果、安心して街を歩ける環境が整い、地域全体の回遊性が向上し、活性化につながります。

■ 条例化や他自治体への普及を見据えた実証

本実証実験は、単にスロープを配布するだけではなく、官民連携でスロープ導入費を全額補助する仕組みの有効性を検証することに大きな意義があります。

そのため、以下のようなアプローチで実証を進めました。

- ・店舗側の費用負担をゼロにすることで、バリアフリー化のハードルを下げます。
- ・より多くの小規模店舗がバリアフリー化に前向きになり、広範囲にわたる導入が可能になります。

さらに、スロープを設置した店舗の利用状況や来店者数の変化を、アンケートや実地調査を通じて分析し、条例化や補助制度の基盤となるデータを収集しました。

■ 官民連携による効率的かつ継続的な支援

本実証実験の特徴は、官民が連携してバリアフリー施策を推進する枠組みを構築したことにあります。

スロープ導入を進めるにあたり、行政だけでなくNPO法人や地域の支援団体が協力し、以下のように役割を分担しました。

- ・行政：実証実験の支援、普及啓発の推進
- ・NPO法人：スロープの調達、設置支援、実証実験の運営
- ・当事者団体：店舗オーナーへの働きかけ、バリアフリー推進活動

この官民連携の仕組みにより、限られた予算や人的リソースの中でも、効果的にバリアフリー施策を推進することが可能になりました。

3. 実施内容詳細

3.1 実施体制

本実証実験は、群馬県官民共創ポリシープロジェクトの枠組みを活用し、官民が連携して推進するバリアフリー施策です。以下の関係者が、それぞれの役割を担いながら連携し、実証実験を進行しました。

【1. 運営主体】

NPO法人ウィーログ



全体統括	PJ	資料制作	法務・経理	システム	連絡
					
織田 友理子 建築設計標準に関する フォローアップ会議委員	杉山 葵 理学療法士	金井節子 修士（建築）	織田 洋一 行政書士	松下 雄一 修士（工学）	薄井貴之 社会福祉士

ウィーログ 

NPO法人ウィーログ

「車いすでもあきらめない世界をつくること」をミッションに活動しています。実証実験の全体統括、スロープ導入支援、アンケート設計・分析、イベント運営を担いました。

【2. 協力団体・有識者】

協力団体・有識者



協力団体（当事者団体）			有識者
 飯島邦敏 DET群馬	 石川京子 笑って子育て ロリポップ	 木暮 奈央 ココフリ群馬	 高橋儀平 東洋大学名誉教授

ウィーログ

▼ 協力団体(当事者団体)

- ・DET群馬：飯島 邦敏 氏
- ・笑って子育てロリポップ：石川 京子 氏
- ・ココフリ群馬：木暮 奈央 氏

▼ 有識者

- ・東洋大学名誉教授：高橋 儀平 氏

地域の当事者団体の皆さまには、実証実験や意識啓発活動、現地対応にご協力いただきました。

また、有識者の方からは、本事業に関する貴重なアドバイスをいただきました。

【3. 行政機関】

群馬県

群馬県官民共創ポリシープロジェクトの枠組み提供および施策支援を行っていただきました。

高崎市

車いす街歩きイベントの後援を実施いただいたほか、広報活動やスロープ設置に際し、さまざまなご協力をいただきました。

【4. 事業支援】

寄付者

Chatwork株式会社 代表取締役CEO 山本 正喜 氏

群馬県官民共創ポリシープロジェクトに対し、資金面でのご支援をいただきました。

Policy Fund(ポリシーファンド) (運営: 株式会社PoliPoli)

社会課題解決を目的とした寄付基金として、本事業を資金面・政策面からご支援いただきました。また、制度化に向けた政策提言の伴走支援も行っていました。

【5. スロープの仕様と補助制度】

スロープ仕様

適用段差: 10cm～30cm(段差1～3段)

- ・傾斜角度: 8～10度を目安
- ・素材・重量: アルミ製またはカーボン製。軽量で持ち運びが可能です。

補助制度

- ・補助対象: 群馬県高崎市内の小規模飲食店舗
- ・助成内容: スロープ本体費用の全額を補助
- ・財源: 群馬県官民共創ポリシープロジェクト予算を活用

申請方法

- ・Web申請: 専用フォームからの申請受付
- ・代理申請: 事業運営団体・協力団体が店舗を訪問し、段差測定・写真撮影・申請手続きを代行しました。

3.2 スケジュール

本事業は、2024年4月から2025年3月までの約1年間にわたって実施しました。この期間中、スロープ導入、申請手続きの簡略化、周知活動、イベント開催、メディア発信などを段階的に進めました。

スケジュールの流れ(全8ステップ)

ステップ1: 事業準備(2024年4月)

- 事業の目的・実施計画の策定
 - 協力団体との連携調整
-

ステップ2: 対象小規模店舗の把握と現地調査(2024年5月6日・17～18日)

- 5月6日: 初回現地調査
 - 段差の高さ・幅を測定し、選定基準を検討しました。
 - 調査の結果、「間口70cm程度・段差10cm程度・傾斜角8～10度」を基準として設定いたしました。
 - 5月17～18日: 追加調査および小規模店舗への交渉、群馬県との会議
 - 現地の小規模店舗に対して簡易スロープ設置の協力を依頼しました。
 - 群馬県と会議を実施しました。
 - 上毛新聞(5月28日朝刊)に掲載されました。
-

ステップ3: 利用者アンケート・他自治体ヒアリング(2024年6～7月)

- 6月13日: 他自治体ヒアリング
 - 他自治体における事業の取り組みについてヒアリングを行い、先行事例を学びながら課題を把握しました。
 - 7月: 車いすユーザー困りごとアンケート(小規模店舗)実施
 - 「段差があるため諦めることが多い」「入口が狭い」など、車いすユーザーの困りごとに関するアンケートを実施しました。
-

ステップ4: 実証実験店舗の選定

- 実証実験候補店舗を現地訪問し、直接交渉を行いました。
 - 10月30日: 群馬県飲食業生活衛生同業組合への説明会を開催し、加盟店舗へ協力を呼びかけ、11月中に応募を受け付けました。
-

ステップ5: 前期実証実験と分析(2024年7～9月)

- スロープ導入を行い、設置状況や使い勝手の検証を実施しました。
 - 8月15～17日: 織田友理子代表が現地を訪問し、前期導入店舗にて利用実態を把握しました。
-

ステップ6: 後期実証実験と分析(2024年11月～2025年2月)

- 10月: 前期結果をもとに導入基準を見直しました。

- 11～12月：新規店舗の募集と選定を行いました。
 - 1～2月：スロープの設置および利用状況の調査を実施しました。
 - 2月20～22日：織田友理子代表が現地を訪問し、後期導入店舗の利用実態を把握しました。
-

ステップ7：周知活動（2024年8月～2025年2月）

- 11月9日：車いす街歩きイベント「WheelLog! in 高崎」を開催しました。
 - 車いすユーザーと一般参加者がスロープ導入店舗を実際に訪問し、利用状況や店舗対応に関する意見を収集しました。
 - 広報活動
 - 群馬県ホームページ・高崎市ブログに掲載
 - 高崎市観光協会でのチラシ配布
 - 学校・福祉施設・障害者団体などへの周知
 - SNS・WheelLog!アプリでの情報発信
 - 上毛新聞・読売新聞（11月10日）、朝日新聞（12月25日）に掲載
-

ステップ8：全国自治体への展開（2025年3月以降予定）

- 群馬県での実証成果をもとに、全国自治体へスロープ導入モデルの展開を検討しています。
- 小規模店舗のバリアフリー基準強化に向けた政策への反映を目指してまいります。

3.3 スロープ導入フロー

小規模店舗の段差解消を目的として、スロープ導入の実証実験を行いました。

プロセスは「現地調査・協力依頼 → 申請（紙／代理／Web） → 購入・配送 → 設置・ステッカー配布」の流れで進められ、導入費用はPolicyFundの寄付により、全額補助されました。導入店舗は、前期9店舗・後期12店舗、計21店舗です。

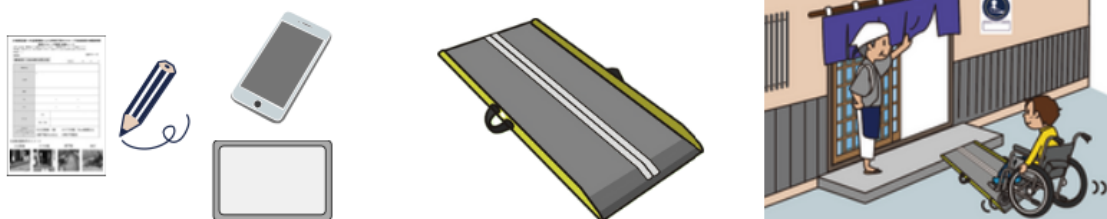
3.3.1 スロープの最適仕様とその根拠



主な仕様と根拠は以下の通りです。

- 傾斜角度：8～10度以内
→10度を超えると介助が必要になるため、安全性と実用性を両立しました。
- 軽量折りたたみ式（アルミ製またはカーボン製）
→ 持ち運びやすく、スタッフが短時間で設置・撤去できます。
- 滑り止め加工付きの表面仕様
→車いす利用時の安全性確保と、雨天時の使用も想定しました。
- 適用段差：10cm～30cm（段差1～3段）
→ 高崎市内店舗の段差調査結果に基づき設定しました。

3.3.2 導入フロー



スロープ導入は以下の4ステップで実施されました。

ステップ1.現地調査（対象店舗の選定）

- 店舗の入口段差の高さ・幅を測定
- 店舗オーナーへのヒアリング
- 店内の動線確認（車いすの回転や入店の可否を検証）

ステップ2.申請手続き（紙／代理／Web）

- 前期実証実験ではWeb申請を活用しましたが、店舗のIT環境や高齢者経営などを考慮し、後期では複数の申請方法を用意しました。
- 協力団体が代理申請を支援することで、スムーズな手続きを実現しました。

ステップ3. スロープの手配・配送

- 段差や店舗環境に応じたスロープを選定・発注しました。
- 購入・配送費用はPolicyFundによって全額補助され、店舗に直接配送して、負担なく導入を完了しました。

ステップ4. 設置・事業説明・利用者評価

- 店舗スタッフに対して、スロープの使い方や安全管理を説明しました。
 - ステッカーを配布し、バリアフリー店舗であることを可視化しました。
 - スロープ導入前後での変化を把握するため、利用者アンケートを実施しました。
-

3.4 申請の簡略化

本事業では、スロープ導入にあたってのハードルを下げるため、Web申請フォームを導入いたしました。しかし、以下の課題が生じたため、代理申請によるサポート体制を強化することで、申請しやすい仕組みづくりを行いました。

3.4.1 Web申請の導入

Web申請フォームの導入により、以下のようなメリットを想定し、検証を行いました。

- 事務手続きの効率化
→ 郵送が不要となり、申請から決定までのスピードが大幅に向上できるかを検証しました。
 - 24時間受付可能
→ 店舗オーナーの営業スタイルに合わせた柔軟な申請が可能となり、負担が軽減されるか検証しました。
-

3.4.2 課題:ITリテラシー不足

しかし、Web申請が困難な店舗が多く存在し、特に個人経営の店舗や高齢のオーナーにからは、以下のような声が寄せられました。

- 「スマホやパソコンの操作が苦手」
- 「申請フォームの入力が難しい」
- 「自分たちで写真や段差の計測をするのが難しい」
- 「紙の申請だとすぐに対応出来るがWebだと難しそうで、なかなかとりかかれなかった」

このように、ITリテラシーの壁が顕在化し、Web申請手続きそのものが導入の障壁になるケースが多く見受けられました。

3.4.3 代理申請の導入

これらの課題に対応するため、代理申請の仕組みを導入しました。以下のようなサポートを実施しました。

- 当事者団体スタッフが店舗を訪問
- 段差の測定や写真撮影を実施
- 申請手続きを代行

この結果、Web申請が困難だった店舗も含め、より多くの店舗がスムーズにスロープ導入へと進むことができました。

3.5 周知活動・広報

本事業では、スロープを導入した店舗の認知度向上と利用促進を目的に、視覚的な案内と情報発信を組み合わせた周知活動を実施しました。具体的には、ステッカー掲示によるスロープ設置店舗の可視化、WheelLog!アプリやSNSによるオンライン発信、そしてバリアフリーマップの作成を行いました。

3.5.1 ステッカー掲示と店頭案内



スロープ設置店舗であることを視覚的に伝えるため、以下の取り組みを行いました。

- 入口付近に「スロープ設置店」ステッカーを掲示
 - 車いすやベビーカー利用者が一目でバリアフリー対応店舗であるとわかるようにしました。
- A4サイズの店頭案内用紙も併せて配布
 - 店舗スタッフの理解促進と、店舗の利用案内にもつながりました。

3.5.2 SNS・WheelLog!アプリでの情報発信



甘縁房

★ 5.0

👁 22

❤ 0

✎ 1

📌 0

🔗 URLコピー

+ みんなの評価



TAKA

2024-08-03 13:22

入口には10cmほどの段差がありますが、スロープが常時設置されていますので、車いすやベビーカー、杖、歩行器などをご利用の方でも安心してご入店できます。店内にはイートイン用の椅子・テーブルもご用意があり移動が可能です。店内はトイレはございません。

❤ 0

✎ 1



goyokogo

2024-11-09 12:10

スロープの先にドアがありますが、車椅子でお店に近づくとすぐお店の方があけてくださいました！飲み物の棚も手の届く位置でした。今川焼きとても美味しかったです！

リアルタイムの情報発信ツールとして、SNSやWheelLog!アプリを活用しました。

- WheelLog!アプリ
 - スロープ導入店舗の位置情報や写真、バリアフリー設備、口コミ情報を登録し、ユーザーが現在地から対応店舗を検索しやすくしました。
- WheelLog!公式ホームページでの発信
 - [群馬県での「小規模店舗への全額補助による車椅子用のスロープ支給制度の構築」事業を推進しています! - WheelLog!](#)
 - [群馬県「小規模店舗への全額補助による車椅子用のスロープ支給制度の構築」事業で20店舗にスロープを設置 - WheelLog!](#)
- 行政との連携
 - 群馬県のホームページで事業内容を紹介。
 - 群馬県ホームページ(戦略企画課)[「群馬県官民共創ポリシープロジェクト」について](#)
 - 群馬県が取り組むプロジェクト「湯けむりフォーラム」(<https://yukemuriforum-gunma.jp/about/>)のホームページで取材レポートを掲載。
 - 湯けむりフォーラムホームページ(<https://yukemuriforum-gunma.jp/program/wheellog/>)

- 店舗自身による発信
 - 一部の導入店舗では、SNS上でスロープ設置の様子を自発的に投稿していただきました。
 - メディアからの発信
 - 上毛新聞
 - 5月28日（朝刊）
 - 11月10日（朝刊）
 - 読売新聞
 - 11月10日（朝刊）
 - 朝日新聞
 - 12月25日（夕刊）
-

3.5.3 バリアフリーマップの作成・配布

1 うーめんや
なまじゅう亭 WA-FU
027-333-4502




2 オイスターハウス
050-5462-5874




3 景気屋美苑 ウエイブ
本店
027-327-8556




4 PIZZERIA BACI
027-395-4846




5 room's
027-324-7272




6 甘縁房
027-326-2788




「群馬県官民共創ポリシープロジェクト」

NPO法人ウィーログは、官民共創ポリシープロジェクトに、Policy Fundの審査を経て採択され、県内の障害者団体と連携し、小規模店舗の段差解消を目指す実証実験を実施してきました。スロープ導入支援を通じて、誰もが移動しやすい環境を推進しました。

- ・スロープ購入費を全額補助し、店舗導入を支援
- ・ステッカー掲示でスロープ設置店舗を可視化
- ・アンケート、街歩きで利用者・店舗の声を収集

詳細はこちら



協力店舗・利用者の声

お年寄りのお客様に大変喜ばれたい。参加しました。地域のバリアフリー化の推進のお役に立てられたら嬉しいです。

利用できるお店の幅が広がった！

寒い方々の来店時、スロープがあれば大変助かる。

行ってみたかった老舗に入れ、店員さんとコミュニケーションも取れて嬉しかった！

20店舗のオーナーやスタッフの皆さま、ご協力いただいたすべての皆さまに、心より感謝申し上げます。

実施団体






協力

群馬県飲食業生活衛生同業組合

お問合せ

NPO 法人ウィーログ info@wheelog.org

簡易スロープ設置店

簡易スロープあり



TAKASAKI

食べ歩きまっぽ



みんなでつくるバリアフリーマップ
Wheelog(ウィーログ)

Google Play
App Store

本紙に掲載のお店のパラフリー情報をQRコードよりスマホアプリWheelogで確認できます。ぜひ、皆さんのバリアフリー情報も投稿していただくと嬉しいです。



西口エリア調査協力店舗：大大坊、きのえね
ありがとうございます。

7 衣りや 美多 田町本店
027-350-5955



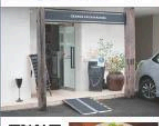

8 柳川英雄野
銀座入替キ
050-3138-3320 ※要予約




9 BISTRO KNOCKS
高崎店
027-320-7030




10 和蘭しがしら
027-395-4496




11 牛タンと蕎麦の店
つゆ下駄の花
027-395-0505




12 元祖 焼まんじゅう 茶々
027-322-2070



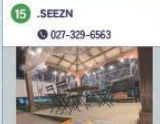

13 ヤキニクガーデン
肉男(ミートマン)
027-387-0209




14 BALinese Cafe/
AQUA Table
027-384-2073/027-384-3117




15 .SEEZN
027-329-6563




16 たこ 藤江本店
カリポリ
027-388-8981




17 レストランシャング
倉賀野店
027-323-7788



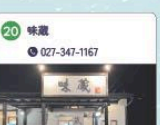

18 OSTERIA 36
027-381-8299




19 純手打 蕎麦地 真人
027-353-4656




20 味蔵
027-347-1167




スロープ導入店舗を地図で可視化した「簡易スロープ設置バリアフリーマップ」を作成し、利用者の利便性を向上させました。

- スマートフォンやPCからアクセスでき、店舗選びをサポート。
- 店舗数が増えることで、地域全体のバリアフリー性が向上する仕組みに。

▼マップ配布先

配布数: **3000部**

- ・高崎市総合福祉センター
 - ・高崎市障害福祉課
 - ・高崎市観光協会
 - ・高崎市より174法人(396事業所(施設))にデータで送付
 - ・DET群馬
 - ・笑って子育てロリポップ
 - ・ココフリ群馬
 - ・NPO法人ウィーログ
-

3.5.4 メディア発信

- 新聞掲載実績
 - 上毛新聞
 - 5月28日(朝刊):事業開始に向けた現地調査の様子を報道
 - 11月10日(朝刊):スロープ導入の実証実験結果、事業の進捗を紹介
 - 読売新聞
 - 11月10日(朝刊):車いすユーザーの実際の体験を交え、事業の成果を報道
 - 朝日新聞
 - 12月25日(夕刊):「政策化につなぐ実証実験」として、事業の社会的意義や今後の展望を報道
-

3.5.5 街歩きプログラム「WheelLog! in 高崎」



2024年11月9日、高崎市において「WheelLog! in 高崎」を開催いたしました。本イベントは「小規模店舗への全額補助による車いす用スロープ支給制度の構築」に関する実証実験の一環として実施され、

バリアフリー環境の現状把握や地域住民の意識向上を目的としました。車いすユーザーおよび一般参加者が市内を巡り、スロープ設置店舗の利用状況の検証やバリアフリー情報の収集を行いました。

▼報告ブログ

[【イベント報告】車いす街歩きイベント WheelLog! in 高崎を開催しました](#)

▼ポリシープロジェクト取材動画

<https://www.youtube.com/watch?v=ImQgzyNpVZo>

1. 街歩きの実施概要

- 開催日: 2024年11月9日
- 開催地: 高崎市総合保健センター 2階 第1会議室
- 参加者数: 35名(車いすユーザー7名、歩ける人28名)
- 主催: NPO法人ウィーログ
- 後援: 高崎市
- 車いす提供: 株式会社ダスキンヘルスレント事業部

2. 街歩きの目的

車いすユーザーの社会参加の機会を創出し、地域住民のバリアフリー意識を高めるとともに、バリアフリー情報の充実を目的としました。また、協力店舗に設置されたスロープの認知向上を図り、実証実験店舗の利用促進を目指しました。

3. 街歩きの内容

バリアフリーマップアプリ「WheelLog!」を使用し、参加者同士でチームを組んで街を散策しました。車いすに実際に乗りながらバリアフリー情報を収集・投稿する体験プログラムを行いました。

- 1チームは約5名で構成し、各チームに1台の車いすを用意
- 歩行可能な参加者も車いすに乗る体験を行い、実際の利用者視点を体感
- プログラムの前後にアンケートを実施し、学びや気づきを可視化

4. 街歩きの流れ

1. 説明
街歩きの目的や注意事項を全体で共有
2. 街歩き
各班で目的地やエリアを巡り、車いすを使用しながらバリアフリー情報を収集
3. 振り返り
再集合後に、感想や気づきを発表し、参加者間で共有

5. 街歩きの特徴



- 車いすユーザーと歩ける人が混成チームを組むことで、多様な視点からバリアフリーを学ぶ機会を創出
- 街歩き中に得たバリアフリー情報をWheelLog!アプリに投稿し、地域の情報を充実
- 体験を通じた気づきの共有により、意識変容や理解の深化を促進

6. 街歩きの主な成果

① バリアフリー情報の収集と共有

- WheelLog!アプリにて、47件のバリアフリー情報(スポット、コメント)を新規登録
- 6件の走行ログを記録し、移動経路の情報を蓄積

② 簡易スロープ設置店舗の訪問と評価

- 協力店舗を訪問し、スロープの実用性やアクセス性を体験
- 参加者の声：
 - 「スロープがあることで、車いすユーザーの入店が容易になったと感じた」
 - 「店舗スタッフが丁寧に対応してくださり、安心して利用できた」

③ 地域住民および店舗スタッフとの交流

- 今回のイベントを機にバリアフリーの重要性に気づききっかけとなり、今後の改善意欲が見られた。

4. 課題の把握とニーズ分析

4.1 関係者別のニーズと課題整理

小規模店舗のバリアフリー化の必要性は、車いす利用者や高齢者、子育て世帯、店舗オーナー、行政など、立場によって異なる視点から認識されています。しかし、現行のバリアフリー法では延べ床面積2,000㎡以上の施設のみが義務対象であり(バリアフリー新法第14条)、小規模店舗へのバリアフリー導入は努力義務にとどまっています。そのため、段差解消が進みにくいという課題があります。

本章では、アンケート結果や実証実験のデータをもとに、関係者ごとのニーズと課題を整理し、バリアフリー化が進まない要因を明確にします。

■ 1. 車いす利用者の視点

ニーズ：

- ① スムーズな入店環境の確保
段差がなく、スロープがある店舗の増加を求めており、「段差があるから入れない」と諦める状況を改善したいという声が多く寄せられました。
- ② 事前情報の充実
「せっかく出かけても入れる店がない」という状況を防ぐため、バリアフリー対応の有無を事前に把握できる仕組みが求められています。
- ③ 入店時の心理的ストレスの軽減
「店に迷惑をかけるかもしれない」といった不安を軽減し、気軽に外出できる環境整備が求められています。

課題：

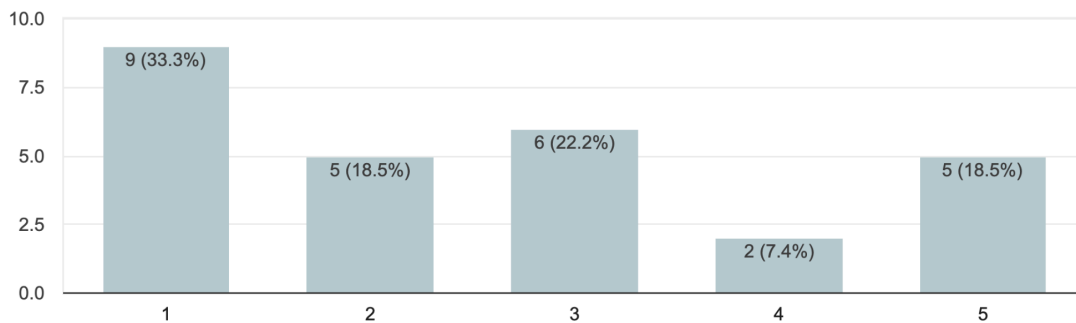
- ① 段差による入店制限
アンケート結果では、「行きたいお店に到着したら、段差があり入れなかった経験はありますか？」という質問に対し、5段階評価(1:ほとんどない～5:よくある)で回答していただきました。

結果、3～5を回答した車いすユーザーは約48%でした。自由記述では以下のような声が見られ、外食に行く際には段差があるお店には行こうと思わないという傾向が伺えました。

- 「段差のある店に行こうと思ったことはありません。」
- 「迷惑そうにされる事が多いので、フードコート以外行かない。」
- 「行く時は事前に調べてから行くので、行ってみて入れないことはあまりないが、行きたいと思っているお店がバリアフリーではないことが多いので、行けるお店は限られています。」

行きたいお店に到着したら、段差があり入れなかった経験はありますか？

27 件の回答



※詳細は 4.2「車いすのお困りごとアンケート(小規模店舗編)」にて後述

- ② 入店拒否の経験
「スペースがない」「対応できない」といった理由で入店を断られた経験がある利用者が一定数存在します。
- ③ スタッフ対応の不慣れや心のバリアフリーの不足
事業者用の事前アンケートでは、「どのように声をかけたらよいかわからない」と回答した店舗が複数見られ、スタッフの不慣れが障壁になっていることが分かりました。また、店舗スタッフの関心が低く、受け入れ拒否をされるケースもあります。

■ 2. 小規模店舗オーナーの視点

- ① バリアフリー対策のコスト負担
他自治体のケース調査では、全額補助を実施している自治体は少なく、スロープ導入件数も非常に少ない状況です。

例：つくば市では、補助金制度開始から3年が経過しても、補助金利用は4事業者にとどまりました。

スロープ設置費用(数万円程度)が大きな負担となり、導入をためらう要因となっています。
- ② 「うちの店には車いす利用者が来ない」や受け入れをしたくない、また事業に協力できない店舗が多い
 - 「うちの店には車いす利用者は来ない」といった声や、制度・取り組みに非協力的な店舗も一定数存在しています。
 - 高崎市での取り組みにおいては、45店舗にアプローチしたうち、10件が明確に導入を拒否し、14件は説明やチラシ配布にとどまり、設置に至りませんでした。
 - このことから、共感や善意だけでは行動につながらないケースが多く、「制度による促進」がなければバリア解消は進みにくい現実が明らかとなりました。
 - このように、制度の有無や負担の軽減だけでは解決できない「意識の壁」が存在しており、啓発や信頼関係の構築、事業意義の伝達方法にも改善の余地があることが示唆されます。

- ③ 物理的な制約
「入口が狭い」「スロープを置くスペースがない」などの物理的制約により、設置が難しい店舗も一定数存在します。

■ 3. 行政の視点

ニーズ：

- ① 小規模店舗のバリアフリー化推進
店舗オーナーへの理解促進や、導入率を上げるための補助制度の充実が求められています。
他自治体の事例では、「合理的配慮の提供支援に係る助成金」を活用して全額補助によるスロープの設置を行い、多数の設置実績があります。制度の周知と事業者への丁寧なコミュニケーションが導入促進に寄与しており、助成制度と現場支援の両立が有効であることが示されています。
- ② バリアフリー法の適用範囲拡大
小規模店舗にも法的義務を課す制度改革が必要とされています。現行法の努力義務では導入が進みにくいため、より実効性のある制度設計が求められます。

課題：

- ① 法的義務がなく、店舗側の取り組みが進まない
現行法では延べ床面積2,000㎡以上が対象であり、小規模店舗は努力義務にとどまっています。これにより、導入が進みにくい構造が生じています。
- ② 補助制度の利用が低調
「制度があることを知らない」「手続きが煩雑」といった声により、活用が進んでいません。
他自治体でも、広報は年に数回程度であり、制度の認知には限界があります。ユニバーサルマナー研修などの直接的な働きかけを通じて申請が促される傾向が見られました。
- ③ 申請の煩雑さ
Web申請導入後、「操作が難しい」「手続きに時間がかかる」といった声が多く、申請率が伸び悩んでいました。他自治体でも、店舗側のITリテラシーや多忙さを背景に、職員や業者が現地に赴き、申請やスロープ説明を代行する方式が採用されています。このような仲介的な立場による顔の見える支援が、導入促進には不可欠です。
 - スロープ設置は「きっかけ」にすぎず、最終的には店舗と利用者の信頼関係の構築が継続的な変化を生み出します。
 - 初期のコミュニケーションを担う行政の仲介機能が、導入の成否を左右します。
 - 補助制度の充実に加え、現場訪問支援や申請代行といった人的リソースの投入が必要です。
 - 「使って良かった」という体験の可視化・共有が、今後の広がりに重要な役割を果たします。

このように、実践的な先行事例を踏まえた行政の関わり方の工夫が、バリアフリー施策を現実的かつ持続可能に展開していく上での大きな鍵となります。今後、他自治体においても他自治体のように、助成金制度と現場密着型の支援体制を組み合わせたアプローチが求められます。

■ 関係者別のニーズと課題整理のまとめ

小規模店舗のバリアフリー化が進まない主な要因は以下のとおりです。

- 店舗オーナーの認識不足
- 設置費用の負担
- 物理的制約
- 制度活用の低調さ

などが挙げられます。一方で、車いすユーザーは「スムーズな入店」や「事前情報の充実」を強く望んでおり、行政には制度の充実と導入支援が求められています。

本事業では、

- スロープの全額補助
- 申請の簡略化
- 周知活動の強化

といった施策を通じて、店舗オーナーの意識変容と車いすユーザーの利用環境改善の両面で成果を挙げました。

4.2 車いすユーザーのお困りごとアンケート

小規模店舗編 分析結果

本調査は、車いすユーザーおよびその家族・介助者を対象に、外食時の困難やバリアフリー対応に関する意識を把握するために実施いたしました。

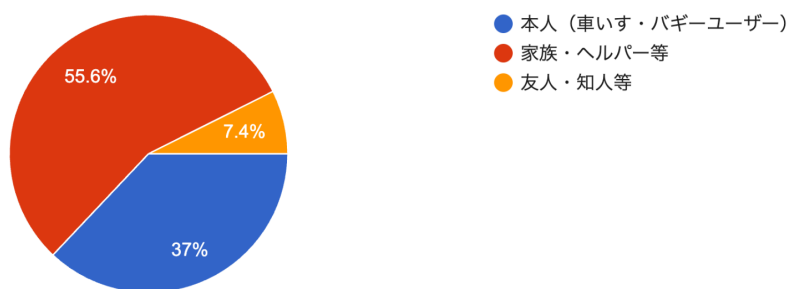
本節では、定量データ(客観的評価)と定性データ(自由記述)をもとに、現状の課題と今後の改善に向けた方向性を示します。

4.2.1 調査概要

- 調査対象: 車いすユーザー、家族・介助者
- 回答数: 27件
- 主な設問項目:
 - ・車いすの種類
 - ・介助状況
 - ・外食頻度
 - ・段差による入店制限の経験
 - ・スロープ設置店舗に対する意見・要望

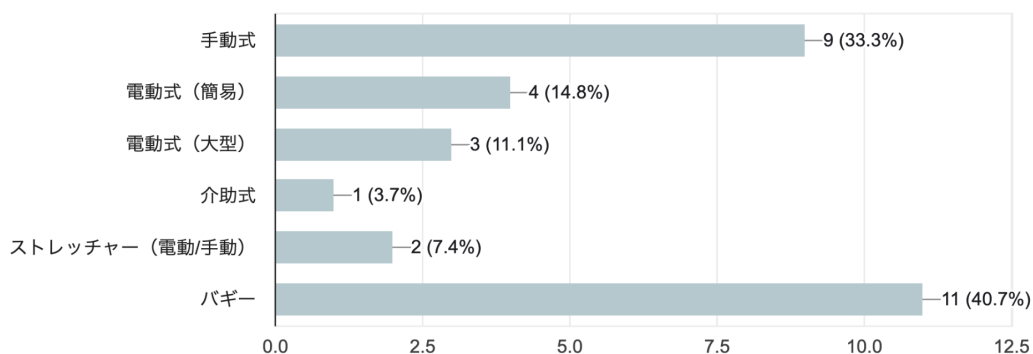
4.2.2 回答者属性

車いす・バギーユーザーとの関係性
27 件の回答



車いすの種類

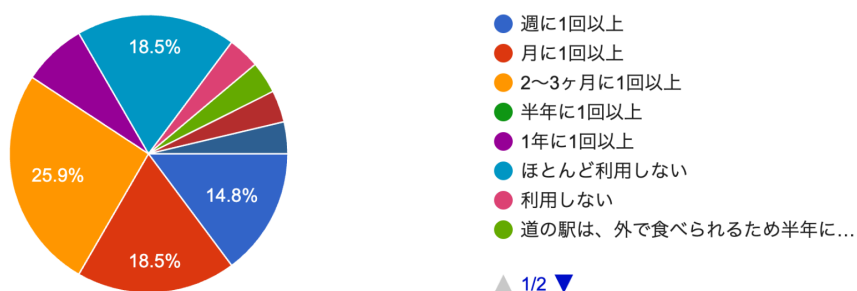
27 件の回答



4.2.3 外食頻度に見る行動制限の実態

どのくらいの頻度で外食しますか？

27 件の回答



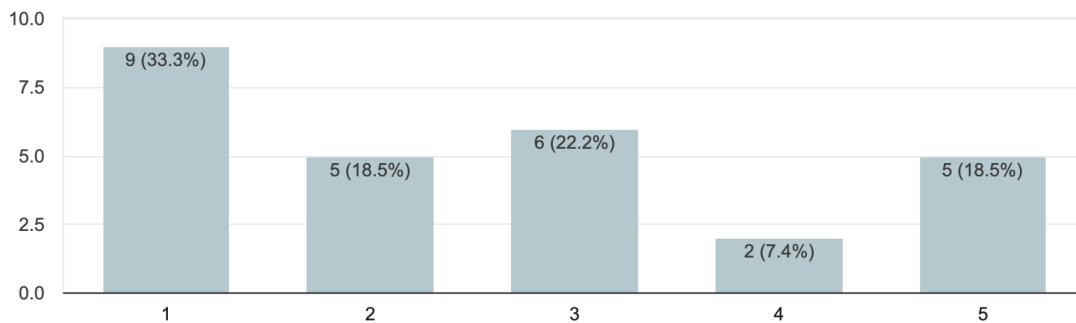
- 週に1回以上外食する: 14.8%
- 月に1回以上外食する: 18.5%
- 2～3ヶ月に1回外食する: 25.9%
- 1年に1回以上外食する: 7.4%
- ほとんど利用しない: 18.5%
- 利用しない: 3.7%

⇒ 約33%が月に1回以上の頻度で外食をしており、バリアフリー環境の整備状況が、日常的な外出・外食の可否に大きな影響を与えていることが分かります。

4.2.4 段差による入店制限の現状

行きたいお店に到着したら、段差があり入れなかった経験はありますか？

27 件の回答



5段階評価（1＝ほとんどない、5＝よくある）

⇒約48%の回答者が「段差により入れなかった経験について中程度以上（3～5）」と回答しました。段差が実際の来店を妨げる大きな要因となっている実態が浮き彫りになりました。

4.2.5 段差による入店制限の具体的な体験談

本調査では、段差が原因で入店を断念した経験に関する具体的なエピソードを収集いたしました。車いすユーザーや介助者から寄せられた声を整理した結果、以下の3つのカテゴリに分類されました。

（1）事前情報の不足により入店できない

- 「HPなどで、雰囲気や料理が気に入り訪問したが、入り口が思った以上に狭かった。段差が高く1人ではバギーを持ち上げられなかった。店内に入れても、バギーを置けるスペースや通れるスペースがなく断念した事があります。」
- 「事前にお店に車椅子が入店できるか確認電話をし、大丈夫との回答で店に着いたら段差が3段あった。自分でスロープを持参していったのでなんとかあったが、他の車椅子ユーザーは入店が難しいと思う。」
- 「行く時は事前に調べてから行くので、行ってみて入れないことはあまりないが、行きたいと思っているお店がバリアフリーではないことが多いので、行けるお店は限られています。」
- 「入り口などの写真や情報がなく分からなかった。」
- 「入れなそうな店を選ばない（事前に下調べ必須です）。」
- 「行ってみたら玄関に複数段の段差があった。玄関のドアの幅が狭く入れなかった。」

（2）店舗側の配慮不足などにより入店が困難だったケース

- 「バギーを知らない店員さんが多い。バギー型の車椅子だと説明しても迷惑そうにされる事が多いので、フードコート以外行かない。」
- 「誕生日パーティのために予約していたお店について、入り口段差が一段なので友人が持ち上げて車椅子のタイヤを綺麗に拭いて入店しようとしたら『車椅子の方は入店をお断りしています』と店員に言われた。タイヤも綺麗にしてあることを伝えたが、床が汚れるし傷つくから一律入店を断っていると言われ、誕生会のためお店を変更できず、入り口から這って席まで移動した。」

(3) 店舗構造や配慮不足により入店を断念したケース

- 「段差が10センチ以上ある時は入店を躊躇します。」
 - 「2階に登らないといけないお店で介助者が母の私一人だったので諦めました。」
 - 「扉の幅が狭くて入るのが難しそうと遠目から目視の時点で諦めることも多々ある。」
 - 「段差がある、入口が車椅子が当たりそう、座席が電動車椅子の方向転換には狭そう。」
 - 「階段1段1段の幅が狭い上に2段以上あるとウィリーで上がることもできず、バギーも大きくて重いので女性だけでは持ち上げることもできず。」
 - 「ナチュラルな木材を生かした階段だと安定性も悪そうで幅も均一ではないため諦め対象。」
 - 「店舗内の通路幅が狭くて通るのを止めた事があります(食器等ワレモノを扱ってるコーナーには行かない様にしています)。」
 - 「段差は手伝ってもらえればなんとかなるが、座席の間隔が狭かったり、固定式のベンチ椅子、座敷の所は行かないようにしています。」
 - 「店に入れても通路が狭かったり、コーナーを曲がるスペースがない場合があり移動できない。椅子に座れても車椅子が置いておくスペースがない場合がある。」
-

4.2.6 スロープが設置されたいら行ってみたいお店

調査では、「スロープが設置されたいら行ってみたいお店」についても回答を収集しました。

(1) 具体的な店名を挙げた回答

【高崎市内】

- てまり
- 朝鮮飯店
- ヤキニクガーデン 肉男 ミートマン(※実証実験協力店舗)
- シャンゴ(※実証実験協力店舗)
- シャンゴ本店
- リングドール

【群馬県内(高崎市以外)】

- Bedford Cafe(群馬県伊勢崎市)
- Blue DOLPHIN(埼玉県越谷市)
- シャンウェイ(東京都)

(2) 条件や環境に関する希望を述べた回答

- 「どこのお店もバリアフリーが当たり前な高崎市になってほしい」
 - 「チェーン店ではなく個人店全般」
 - 「映えるお店がたくさんあるので色々行ってみたい」
 - 「駐車場や入り口までの通路が舗装されているとバギーが押しやすく嬉しく有りがたく思います」
-

4.2.7 車いすユーザーのお困りごとアンケートまとめ

本調査では、段差が原因で入店を諦めた経験が多数報告されており、段差の存在が車いすユーザーの行動に大きな影響を与えていることが明らかになりました。

スロープ設置によるアクセス向上は、単なる物理的な変化にとどまらず、店舗の利用者層の拡大や、社会全体のバリアフリー意識向上にも寄与します。

また、現状では事前の情報収集が不可欠であり、バリアフリー情報が不足していることが外出を妨げている実態が明らかとなりました。一方で、スロープが設置されれば訪れたいと考えるユーザーは多く、特に個人経営の飲食店へのニーズが高いことも分かりました。

今後の必要な点としては、以下の点が求められます。

- スロープ設置の推進
- バリアフリー情報の事前公開
- スタッフの心のバリアフリーの醸成

5.導入成果の分析

5.1.導入店舗の特徴

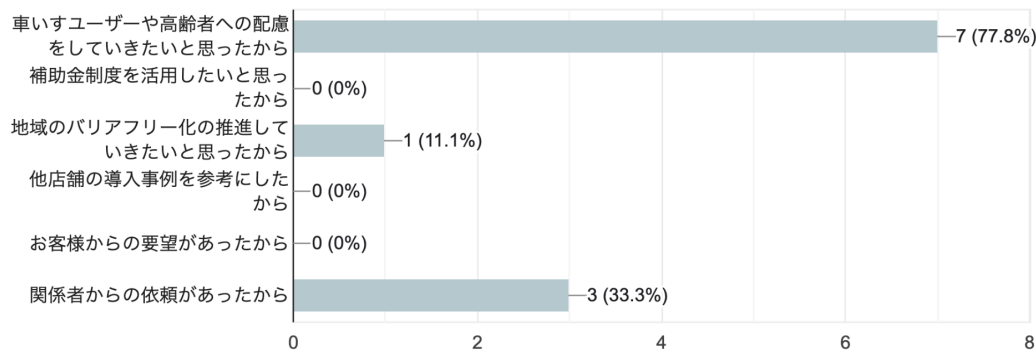
5.1.1 スロープ導入動機

事前アンケートの結果、店舗がスロープを導入した主な理由として、以下のような動機が挙げられました。

▼前期実証実験

スロープ導入の理由

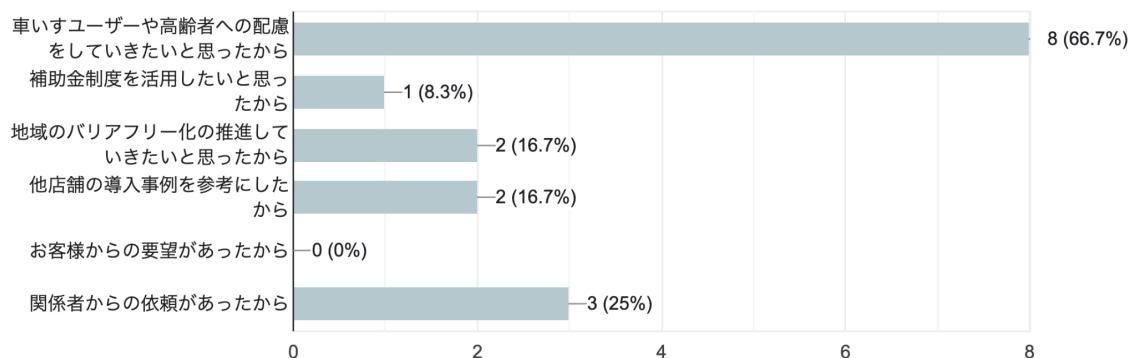
9 件の回答



▼後期実証実験

スロープ導入の理由

12 件の回答



特に注目すべき点は以下のとおりです。

- 「車いすユーザーや高齢者への配慮」
前期・後期ともに最も多く挙げられた理由であり、約3分の2以上の店舗がバリアフリー対応

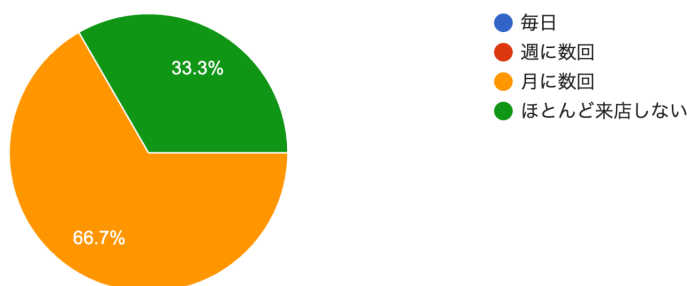
の必要性を感じて導入を決定していることが分かります。

- 「関係者からの依頼」
前期・後期ともに一定数存在しており、周囲の働きかけが導入のきっかけとなったケースも少なくありません。
- 「他店舗の導入事例を参考にした」
他店の事例が地域内で波及効果を持つことを示しています。

5.1.2 スロープ導入前の車いすユーザーの来店頻度

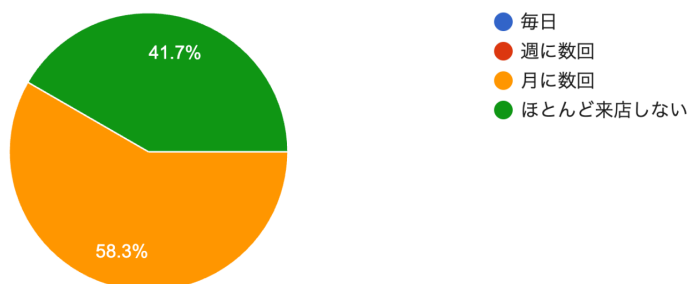
▼前期実証実験

スロープ導入前の車いすユーザーの来店頻度
9 件の回答



▼後期実証実験

スロープ導入前の車いすユーザーの来店頻度
12 件の回答



スロープ導入前の調査において、店舗に対する車いすユーザーの来店頻度は以下のような傾向が見られました。

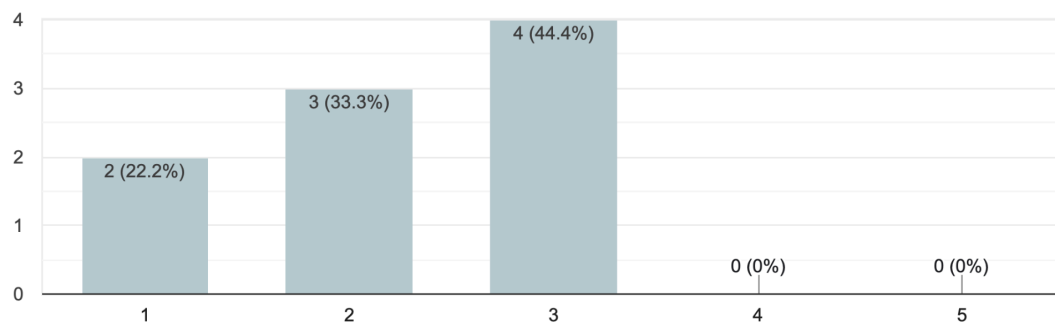
- 前期では、「月に数回来店」が66.7%、「ほとんど来店しない」が33.3%
- 後期では、「月に数回来店」が58.3%、「ほとんど来店しない」が41.7%

いずれの時期においても「ほとんど来店しない」割合が高い傾向が見られました。この結果から、多くの店舗において、車いすユーザーが定期的に来店することは少ないことがわかります。特に「ほとんど来店しない」という回答が約3～4割を占めており、物理的なバリア（段差）が来店機会を制限している現状が浮き彫りとなっています。

5.1.3 事業者の変化・課題（申請方法・申請管理コスト）

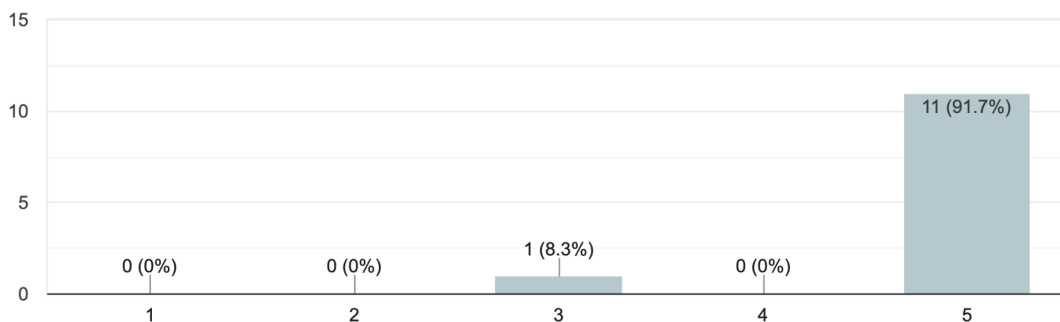
▼前期実証実験

スロープ導入の申請方法について
9件の回答



▼後期実証実験

スロープ導入の申請方法について
12件の回答



スロープ導入に関する申請方法について、5段階評価（1：非常に簡単だった～5：非常に難しかった）で尋ねたところ、前期と後期で大きな差が見られました。

- 前期：「非常に簡単だった（1）」と回答した事業者は1件のみ。多くが「1～3」と評価しました。
- 後期：代理申請を導入したことで評価が一変し、12店舗中11店舗が「1（非常に簡単だった）」と回答しました。

この結果から、初期段階ではWeb申請が障壁となっていたものの、後期では代理申請制度の導入が申請ハードルの大幅な低減に寄与したことが明らかになりました。

【前期の自由記述より】

- 「紙の申請だとすぐに対応出来るが、Webだと難しそうで、なかなかとりかかれなかった」
- 「業務先で仕事をしていた為」
- 「もう少し簡単に手続き出来ると良い」
- 「web申請より紙申請の方が申請し易い」
- 「メールアドレスも持っていないし、Web申請だとまず無理。」

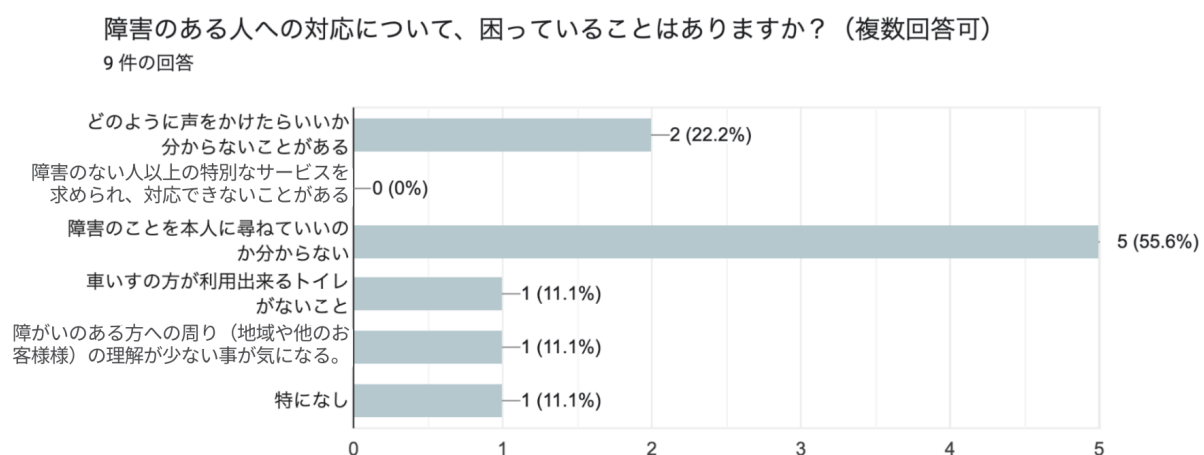
【後期の自由記述より】

- 「もし手続きまで全て店の方でいう事でしたら、私一人でする事は難しく、スロープ設置はお断りしたと思います。」
- 「最初から最後までやっていただき大変有り難く助かりました。」
- 「代理申請してくれたので何も不自由を感じなかった」

以上のことから、今後の制度設計においては「申請の簡素化」や「代理申請制度の標準化」が重要な視点であるといえます。特に小規模店舗においては、デジタル申請への対応が難しいケースが多いため、申請サポート体制の強化が制度活用率向上の鍵となります。

5.1.4 障害のある人への対応に関する事業者の課題分析

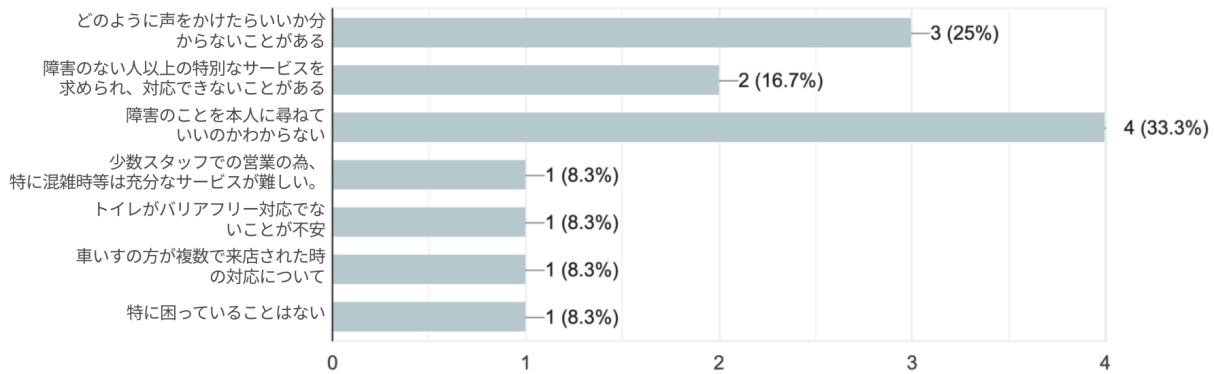
▼前期実証実験



▼後期実証実験

障害のある人への対応について、困っていることはありますか？（複数回答可）

12件の回答



「障害のことを本人に尋ねていいのかわからない」という回答が最も多く、前期・後期ともに3～5割の事業者がこの課題を抱えていました。障害者への適切な配慮や声かけの仕方に対して、戸惑いや不安を感じている様子が見えます。

また、「どのように声をかけたらいいかわからない」という声も比較的多く、現場スタッフのコミュニケーションに対する支援ニーズが高いことが分かりました。

後期では、「障害のない人以上の特別なサービスを求められることがある」という新たな課題も見られ、実際の対応に対する不安も一部から示されました。

このように、今回のアンケート結果からは、事業者の障害者対応における心理的な戸惑いと物理的な制約の双方が明らかになりました。バリアフリー環境の整備だけでなく、意識面・知識面に対するサポートの必要性も今後の大きな課題といえると思われます。

5.2 店舗スロープ設置可能な条件(図面・特徴分析)

5.2.1 設置スロープ表

単位: cm

No.	店舗名	段差	スロープ種類	長さ	傾斜角度	幅	メーカー	価格レベル
1	らーめんや なかじゅう亭 WA-FU	19	ケアスロープ	150	8度	70	ケアメ ディックス	B
2	オイスターハウス (OYSTER HOUSE) 高崎駅前	10	アルミ	91	10度	73	Ruedaman	C
3	景気屋笑売 ウエイブ 本店	17	ケアスロープ	150	8度	70	ケアメ ディックス	B
4	PIZZERIA BACI	12	アルミ	61	約10度	73	Ruedaman	C
5	room's	10	アルミ	121	8度	73	Ruedaman	C
6	甘縁房	10	アルミ	121	8度	73	Ruedaman	C
7	炙りや 笑多 田町本店	12	アルミ	121	8度	73	Ruedaman	C
8	柳川美熊野 鉄板ステーキ	13	ケアスロープ	100	8度	70	ケアメ ディックス	B
9	BISTRO KNOCKS 高崎店	上段 11cm 下段 9cm	ケアスロープ	244	8度以下	74	Garvee	C
10	和蘭ししがしら	10	アルミ	121	8度	73	Ruedaman	C
11	牛タンと蕎麦の店 つゆ 下梅の花	12	アルミ	121	8度	73	Ruedaman	C
12	元祖 焼まんじゅう 茶々	10	アルミ	61	約10度	73	Ruedaman	C
13	ヤキニクガーデン 肉男 (ミートマン)	11	アルミ	91	10度	73	Ruedaman	C
14	BALInese Cafe/AQUA Table	13	アルミ	91	10度	73	Ruedaman	C
15	.SEEZN	10	アルミ	61	10度	73	Ruedaman	C
16	たこ顔江木店 カリポリ	12	アルミ	121	8度	73	Ruedaman	C
17	レストランシャンゴ 倉賀 野店	35cm (3段)	ダンスロープ	255	8度	69. 6	ダンス ロープ(業 者発注)	A
18	OSTERIA 36	10	アルミ	91	8度	73	Ruedaman	C
19	純手打 蕎麦処 真人	13	アルミ	121	8度	73	Ruedaman	C
20	味蔵	7	アルミ	91	8度	73	Ruedaman	C

※価格レベル

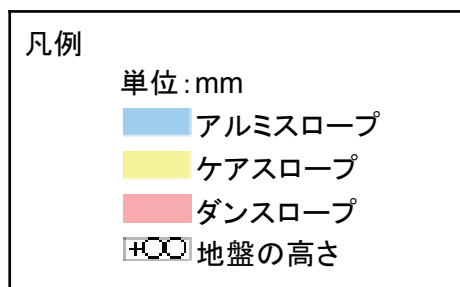
A: 10万円以上

B: 5万円以上～10万円未満

C: 5万円未満

5.2.2 設置店舗の入口付近平面図

※図面は実測した寸法を元に作図

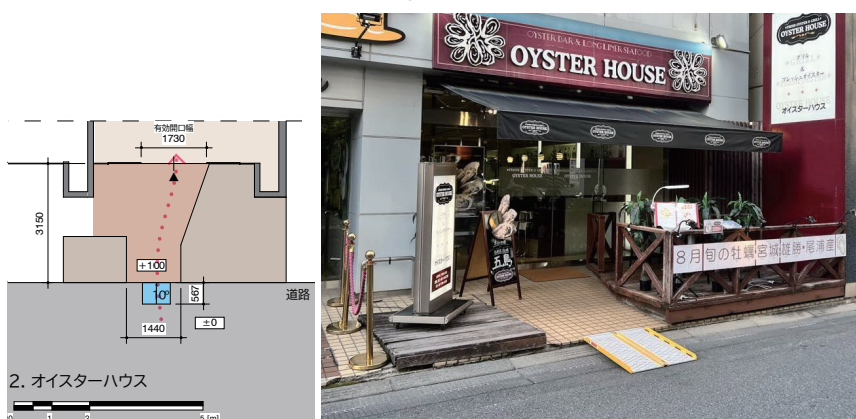


1.らーめんや なかじゅう亭 WA-FU



入口付近平面図(S 1:200)・スロープ設置状況

2.オイスターハウス (OYSTER HOUSE) 高崎駅前



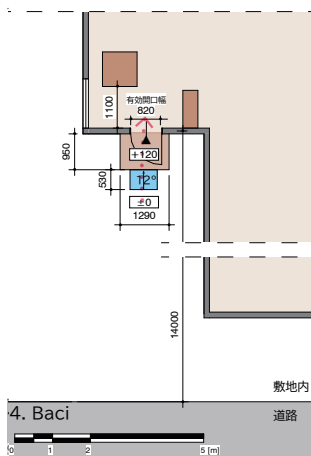
入口付近平面図(S 1:200)・スロープ設置状況

3.景気屋笑売 ウェイブ 本店



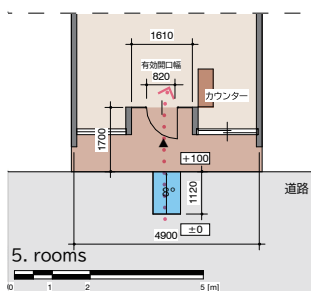
入口付近平面図(S 1:200)・スロープ設置状況

4.PIZZERIA BACI



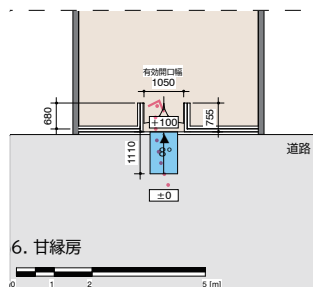
入口付近平面図(S 1:200)・スロープ設置状況

5.room's



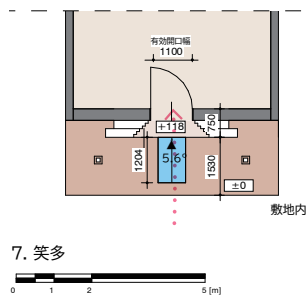
入口付近平面図(S 1:200)・スロープ設置状況

6. 甘縁房



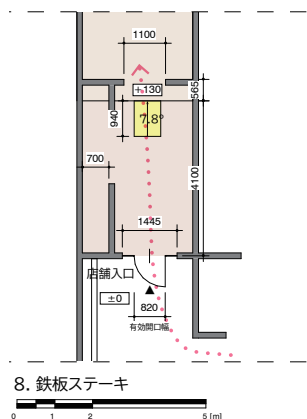
入口付近平面図 (S 1:200)・スロープ設置状況

7. 炙りや 笑多 田町本店



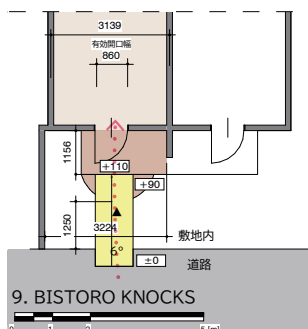
入口付近平面図 (S 1:200)・スロープ設置状況

8. 柳川美熊野 鉄板ステーキ



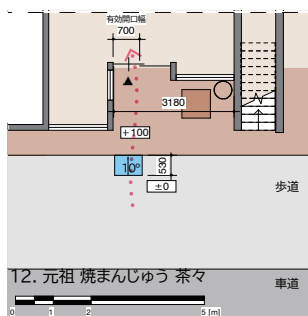
入口付近平面図 (S 1:200)・スロープ設置状況

9.BISTRO KNOCKS 高崎店



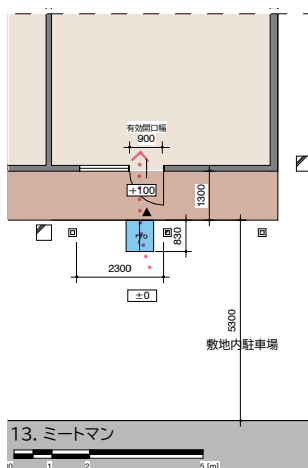
入口付近平面図(S 1:200)・スロープ設置状況

12.元祖 焼まんじゅう 茶々



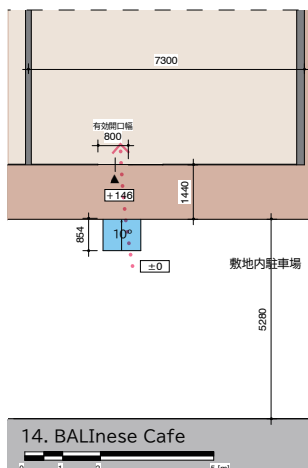
入口付近平面図(S 1:200)・スロープ設置状況

13.ヤキニクガーデン 肉男(ミートマン)



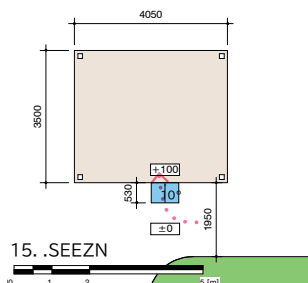
入口付近平面図(S 1:200)・スロープ設置状況

14.BALInese Cafe/AQUA Table



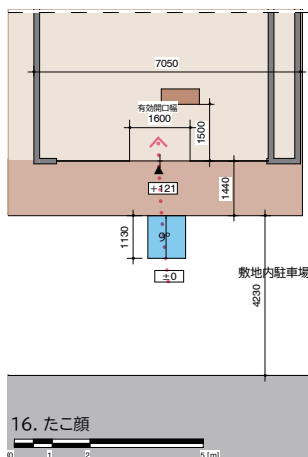
入口付近平面図(S 1:200)・スロープ設置状況

15..SEEZN



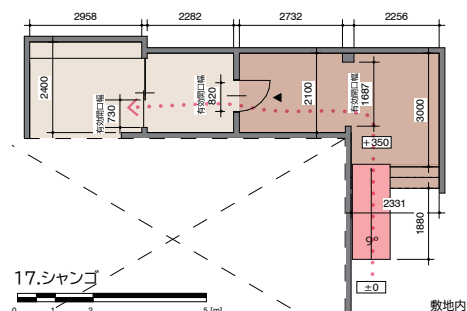
入口付近平面図(S 1:200)・スロープ設置状況

16.たこ顔江木店 カリポリ



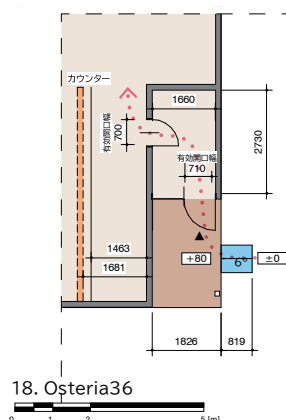
入口付近平面図(S 1:200)・スロープ設置状況

17.レストランシャngo 倉賀野店



入口付近平面図(S 1:200)・スロープ設置状況

18.OSTERIA 36



入口付近平面図(S 1:200)・スロープ設置状況

5.2.3 特徴分析

本事業では、店舗の入口の形状とスロープの設置状況について分析を行い、いくつかの傾向が明らかとなった。

スロープを設置できなかった店舗の多くは、建物が道路から奥まった位置にあり、入口までに階段や複数の段差があるなど、構造上の制約によって設置が困難な形態であった。また、歩道の幅が狭い、傾斜が急である、路上駐車や自転車の駐輪があるといった周辺環境の影響も確認された。

一方で、スロープを設置できた店舗の多くは、建物が道路や駐車場に面しており、段差が一段のみといったシンプルな構造で、設置しやすい条件が揃っていた。

このように、スロープの設置可否には、入口の構造や建物の位置関係に加え、歩道など周囲の公共空間の状況も大きく関係していると考えられる。道路に面した建物や敷地に空間の余裕がある店舗ではスロープの設置がしやすい一方で、奥まった建物では大がかりな工事が必要となることが多く、設置のハードルが高くなる傾向が見られた。

本事業では、スロープの設置に適した店舗を見つけること自体が難しい場面も多くあったが、段差が一段であれば比較的Lowコストで設置が可能であり、段差が複数あっても条件次第では対応できることが確認された。これらの結果は、今後スロープ配布事業を進めるうえでの重要な知見となる。

今後の取り組みにおいても、現地の状況を丁寧に確認しながら、柔軟な対応を重ねていくことが求められる。

5.3 バリアフリー店舗の増加

1 らーめんや なかじゅう亭 WA-FU
☎ 027-333-4502




2 オイスターハウス
☎ 050-5462-5974




3 景気屋笑売 ウエイブ 本店
☎ 027-327-8556




4 PIZZERIA BACI
☎ 027-395-4846




5 room' s
☎ 027-324-7272




6 甘縁房
☎ 027-326-2788




「群馬県官民共創ポリシプロジェクト」

NPO法人ウィーログは、官民共創ポリシプロジェクトに、Policy Fundの審査を経て採択され、県内の障害者団体と連携し、小規模店舗の段差解消を目指す実証実験を実施してきました。スロープ導入支援を通じて、誰もが移動しやすい環境を推進しました。

- ・スロープ購入費を全額補助し、店舗導入を支援
- ・ステッカー掲示してスロープ設置店舗を可視化
- ・アンケート、街歩きで利用者の声を集める

詳細はこちら



協力店舗・利用者の声

お年寄りのお客様に大変喜ばれたと思い、参加しました。地域のバリアフリー化の推進のお役に立てたら嬉しいです。

利用できるお店の幅が広がった！

行ってみたかった老舗に入れ、店員さんとコミュニケーションも取れて嬉しかった！

車いすの方の来店時、スロープがあると大変助かる。

20店舗のオーナーやスタッフの皆さま、ご協力いただいたすべての皆さまに、心より感謝申し上げます。

実施団体

DET群馬、ロリポッパ、コッパリ群馬、ウィーログ

協力

群馬県飲食業生活衛生同業組合

お問合せ

NPO 法人ウィーログ ☎ info@wheelog.org

簡易スロープ設置店

簡易スロープあります

TAKASAKI

食べ歩きまっぴ

みんなで作るバリアフリーマップ
WheelLog!(ウィーログ)

Google Play, App Store

本紙に掲載のお店のパラフリー情報をQRコードよりスマホアプリWheelLog!で確認できます。ぜひ、皆さんのバリアフリー情報も投稿していただくと嬉しいです。



西口エリア調査協力店舗：大大切、きのえね
ありがとうございました。

7 炙りや笑多 田町本店
☎ 027-386-9966
※スロープをご利用される方は、事前に本紙でご連絡ください。




8 柳川美熊野 鉄板ステーキ
☎ 050-3138-3320 ※要予約




9 BISTRO KNOCKS 高崎店
☎ 027-320-7030




10 和蘭ししがしら
☎ 027-395-4496




11 牛タンと蕎麦の店 つゆ下梅の花
☎ 027-395-0505




12 元祖 焼まんじゅう 茶々
☎ 027-322-2070




13 やきニクガーデン 肉奥(ミートマン)
☎ 027-387-0209




14 BALinese Cafe/ AQUA Table
☎ 027-384-2073/027-384-3117




15 SEEZN
☎ 027-329-6563




16 たこ蔵江本店 カリポリ
☎ 027-388-8981




17 レストランシャング 倉賀野店
☎ 027-323-7788




18 OSTERIA 36
☎ 027-381-8299
※スロープをご利用される方は、事前にお電話でご連絡ください。




19 純手打 蕎麦処 真人
☎ 027-353-4656




20 味蔵
☎ 027-347-1167




※簡易スロープ設置店舗マップ

今回のバリアフリー実証事業において、合計21店舗にスロープを設置し、車いすユーザーの来店が可能となる環境整備を実施しました。

今回のスロープ設置では、高崎市駅周辺の中心市街地と郊外エリアの双方を対象としました。これにより、高崎市に訪れる観光・ビジネス目的の車いすユーザーはもちろん、群馬県内の地域住民である車いすユーザーにとっても、利便性の高い店舗アクセスが可能となりました。

特に郊外地域においては、自家用車での移動が主流であるという群馬県ならではの交通事情を考慮し、駐車場付きの飲食店などへのスロープ設置を進めました。これにより、移動手段に合わせた受け入れ体制が整備され、より多様な生活スタイルに対応したバリアフリー環境が実現しています。

特徴的な店舗



中でも特徴的な事例として、「レストランシャンゴ 倉賀野店」のスロープ導入があります。シャンゴは高崎市民に広く親しまれている老舗のパスタ専門店でありながら、多くの店舗に段差があるため、これまで車いすユーザーにとっては「行きたくても行けない」存在でした。

倉賀野店も同様に、入り口に約3段・35cmの段差があり、一般的なアルミ製スロープでは安全性の確保が難しい状況でした。そこで、約2.5mのスロープが必要と判断され、適切なスロープを配布するため店主・事業者・運営メンバーによるスロープ設置検証を実施しました。

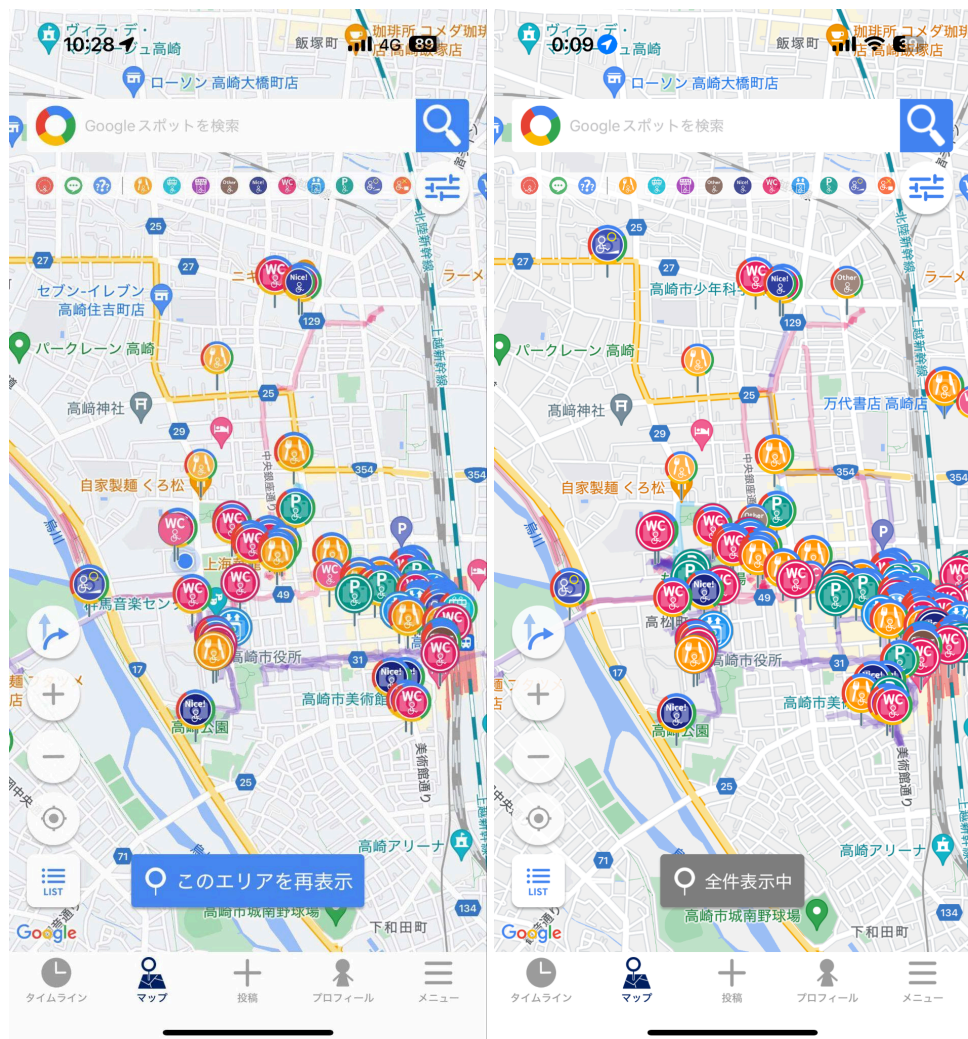


その結果、安全性と使用感を確認した上で正式にスロープが導入され、プロジェクトチームのメンバーも実際に店舗で食事を楽しむことができました。これまであきらめるしかなかった人気店に入ることができた喜びは非常に大きく、店主も丁寧かつ前向きに受け入れてくださり、真摯な対応が印象的でした。

その後、すぐに他の車いすユーザーの利用もみられたとのことで、今回のシャンゴへのスロープ設置が徐々に認知が広がっていることを実感しました。

5.4 地域のバリアフリー情報の増加

WheelLog!アプリ内にバリアフリー情報を投稿



左:事前 右:事

小規模店舗への写真・口コミ



room's

★ 5.0

👁 34

❤ 0

✎ 1

📖 0

🔗 URLコピー

+ みんなの評価



TAKA



2024-08-03 13:28

入口には10cmほどの段差がありますが、常時スロープが設置されていますので、車いすやベビーカー、杖、歩行器をご利用の方でも安心して入店が出来ます。お店の中も広く、椅子・テーブルは移動も可能です。

❤ 0

✎ 1



tsuku



2024-11-09 12:34

入り口にはスロープがあります。椅子や机は移動可能です。店内は広く、店員の方もとても親切に対応してくれました。お料理もとても美味しかったです。

スポット詳細



甘縁房

★ 5.0

👁 22

❤ 0

✎ 1

📌 0

🔗 URLコピー

+ みんなの評価



TAKA

2024-08-03 13:22

入口には10cmほどの段差がありますが、スロープが常時設置されていますので、車いすやベビーカー、杖、歩行器などをご利用の方でも安心してご入店できます。店内にはイートイン用の椅子・テーブルもご用意があり移動が可能です。店内はトイレはございません。

❤ 0

✎ 1



goyokogo

2024-11-09 12:10

スロープの先にドアがありますが、車椅子でお店に近づくとすぐお店の方があけてくださいました！飲み物の棚も手の届く位置でした。今川焼きとっても美味しかったです！

5.5 スロープの実際の利用実績

5.5.1 利用者数の推移

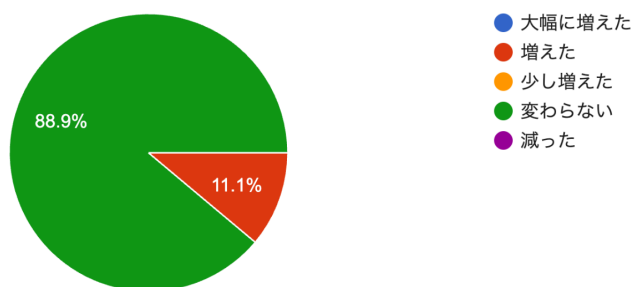
スロープ設置後、多くの店舗で利用者の増加が見られました。特に車いすユーザーやベビーカー利用者の来店機会が広がり、スロープが店舗のバリアフリー化に大きく寄与したことが明らかとなりました。

	車いす	杖 歩行器	ベビーカー	合計数
前期	6	60	117	183
後期	25	290	3	318
合計	31	350	120	501

5.5.2 来店増加が確認された店舗

▼前期実証実験

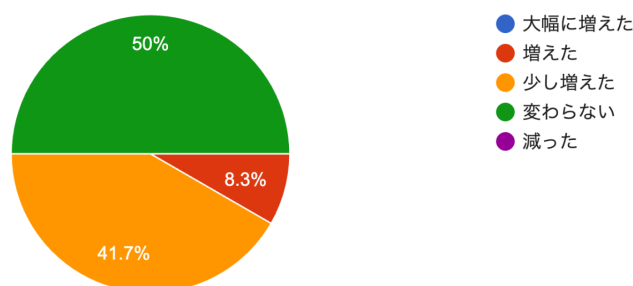
スロープ導入後、車いすユーザー、杖・歩行器、ベビーカーの利用者の来店頻度は増えましたか？
9件の回答



▼後期実証実験

スロープ導入後、車いすユーザー、杖・歩行器、ベビーカーの利用者の来店頻度は増えましたか？

12 件の回答



スロープ設置後の来店頻度に関するアンケート結果から、店舗関係者による変化の実感の傾向を示しました。

前期実証実験(9件の回答)では、

- 88.9%(8件)が「変わらない」と回答
- 11.1%(1件)が「増えた」と回答
- 「少し増えた」「大幅に増えた」「減った」との回答はありませんでした。

この結果から、前期においてはスロープ設置直後ということもあり、目に見える来店者数の増加は限定的であった一方で、既存利用者への利便性向上についての満足度が向上したお声をいただきました。(スロープの導入効果については後述)

後期実証実験(12件の回答)では、状況が変化しました。

- 50.0%(6件)が「変わらない」と回答
- 41.7%(5件)が「少し増えた」と回答
- 8.3%(1件)が「増えた」と回答
- 「大幅に増えた」「減った」との回答はありませんでした。

後期においては、スロープ設置後の認知が進んだことも影響し、来店頻度の増加を実感していることが明らかとなりました。一部店舗では1日平均3組程度の利用があるとの報告もあり、スロープ設置による来店促進効果が確認されています。

特に、「少し増えた」「増えた」との回答を合わせると全体の約50%に達し、スロープ導入が継続的な集客効果を生み出していることが読み取れます。

■杖・歩行器利用者の増加

前期には60名の利用がありました。これは、高齢者や障害のある方が安心して来店できる環境が整ったことを意味しています。

■ベビーカー利用者の増加

117名の利用が記録され、子育て世帯の来店促進につながっています。

ベビーカーを利用する家族からは、「スロープがあることで安心して来店できるようになった」との声が寄せられています。

・利用者の声

- 「スロープが設置される前から利用していましたが、設置後はスムーズに入店できるようになって良かったです」
- 「助かりましたという声が多く寄せられています」
- 「年末に来てもらった車いすユーザーの方にはスロープみてすごいと言ってもらった。」
- 「リピーターのお客様からはスロープの設置で来店し易くなった&便利になったと言うご意見を多くいただいている」
- 「事前連絡はなしで来店され、家族の方が入口のステッカーを見てスロープを利用出来ますかと声をかけていただいた。来店は初めての方のようで、ありがとうございますと声をかけていただいた。」

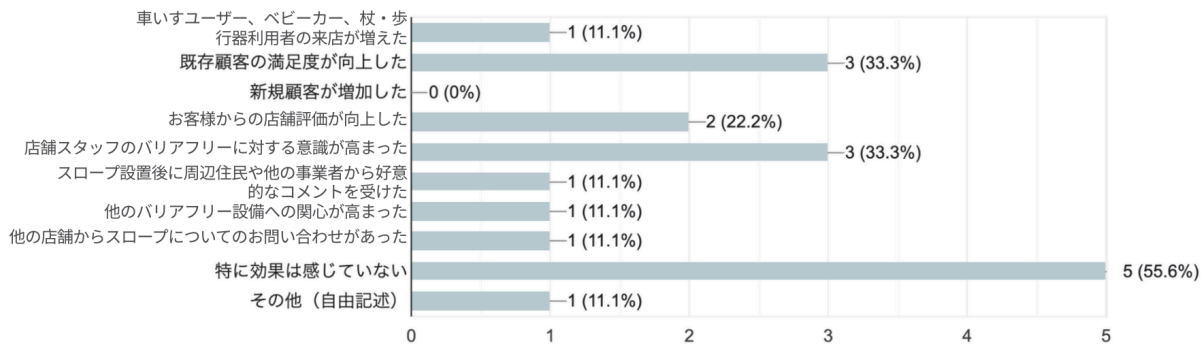
この結果は、車いすユーザーの来店促進に対し、スロープが実際に貢献していることを裏付けるものです。スロープ導入は、単なるハード整備にとどまらず、「行ける店舗が増えた」「あきらめなくてよくなった」という実感にもつながっており、店舗側・地域社会双方にとって意義深い取り組みとなっています。

5.6 スロープ設置効果・事業者の変化・課題

▼前期実証実験

スロープ設置の効果について、当てはまるものをすべて選んでください。

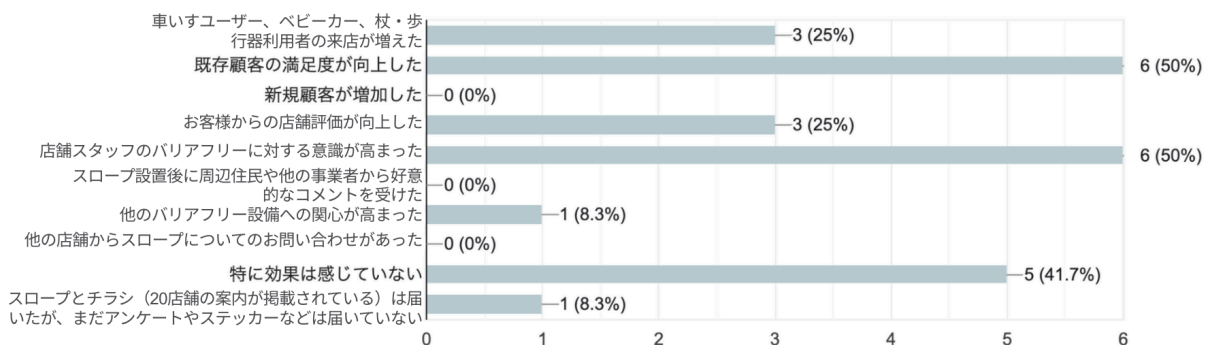
9 件の回答



▼後期実証実験

スロープ設置の効果について、当てはまるものをすべて選んでください。

12 件の回答



5.6.1 スロープの設置効果

既存顧客の満足度が向上した

- 前期: 33.3%
- 後期: 50%

店舗評価が向上した

- 前期: 22.2%
- 後期: 25%

満足度・評価の向上を実感する店舗が増えており、スロープの効果がより広がっていることがうかがえます。

- 「イベントで高崎に来た方が、久しぶりの外食先としてバリアフリー対応の店舗を選んでくれた」
- 「駅近のレストランは通路が狭く不安だったが、こちらの店舗は通路も広く、テーブルにも余裕があり安心できたと言ってもらえた」

5.6.2 新規顧客の増加(限定的な傾向)

「新規顧客が増えた」と回答した店舗

- 前期:0%
- 後期:0%

一方で、「新規顧客が増加した」と回答した店舗は、前期・後期ともに0%でした。しかしある店舗ではスロープの利用が1月に3件、2月に7件と増加し、そのうち2件は新規の車いすユーザーでした。店長は「スロープ設置の効果が少しずつ地域に広がっている」と手応えを語っています。また、「ステッカーを見た親子連れが飛び込みで来店した」事例など、少数ながらも着実な効果が確認されています。後者の事例では、事前連絡がなかったにもかかわらず、柔軟かつ丁寧な対応ができたことが好意的に受け止められました。これは、スロープの存在とあわせて「バリアフリー情報の見える化」が、来店の心理的ハードルを下げる役割を果たしたことを示しています。

5.6.3 地域や周囲との関わりの広がり

「スロープ設置後に周辺住民や他の事業者から好意的なコメントを受けた」

- 前期:11.1%
- 後期:0%

前期では、11.1%の店舗が「周辺住民や他店舗から反応があった」と回答しました。後期では数値としての確認はされなかったものの、ヒアリングでは複数の店舗から地域との新たな接点が生まれているという報告がありました。

「お店の前を通った高齢者から『こういうのあるのね』と声をかけられることが増えた」

・「病院の送迎中に店舗を見て『あそこは大丈夫そう』と話題にされた」

など、日常の小さなやりとりを通じた地域交流が生まれています。

5.6.4 効果を感じにくい店舗の傾向

「特に効果を感じていない」と回答

- 前期:55.6%
- 後期:41.7%

「スロープを設置したが、まだ利用者はいない」
「閑散期に導入したため、これからのBBQシーズンに期待」

依然として約4～5割の店舗が効果を実感していない状況であり、特に以下のような傾向が背景にあると考えられます。

- スロープの認知不足：利用者が存在に気づいていない。
- 導入タイミングの影響：閑散期に設置されたため、利用者増加の機会がこれから。

また、「ベビーカーの利用はあるが、車いす利用は0件。常設であるがゆえに声かけや対話が生まれにくく、アンケートの回収も難しかった」という指摘がありました。

5.7 スロープ導入後の店舗スタッフの対応変化

5.7.1 スタッフの意識・行動の変化

スロープの設置を通じて、店舗スタッフのバリアフリーに対する意識や接客対応が変化したという回答が見られました。

▼前期実証実験(9店舗)

項目	回答数(%)
お客様に対してより積極的に声をかけるようになった	1(11.1%)
車いすユーザーや杖・歩行器・ベビーカー利用者への対応がスムーズになった	1(11.1%)
バリアフリーに対する意識や理解が深まった	2(22.2%)
スタッフ同士でバリアフリーに関する情報共有や相談が増えた	1(11.1%)
スロープ利用の案内が自然にできるようになった	2(22.2%)
特に変わりはない	3(33.3%)

自由記述より：

- スロープもらった時に、スタッフの子に来店した時に設置してもらうことを想定していたので、一度アルバイトの子達には説明した。
- 席に案内するのはアルバイトを任せているが、例えば足が悪い方がこられてもいいように、席の配置を考えるようには言っているので、そういうのは考えながらやってはいる(以前から)。
ポップでスロープについて気づいてもらえる。
- 知り合いの方で事前に車いすの方が来店するから、手伝ってあげてなどスタッフに伝えた。車いすの方や盲導犬の方に対してどういことをしたらスムーズに行くかなと興味を持つようになった。
- お客様に対してより積極的に声をかけるようになった。車いすユーザーや杖・歩行器・ベビーカー利用者への対応がスムーズになった、バリアフリーに対する意識や理解が深まった、スロープ利用の案内が自然にできるようになった。
- スロープ利用の案内が自然にできるようになった。

▼後期実証実験(12店舗)

項目	回答数(%)
お客様に対してより積極的に声をかけるようになった	0(0%)
車いすユーザーや杖・歩行器・ベビーカー利用者への対応がスムーズになった	3(25%)
バリアフリーに対する意識や理解が深まった	6(50%)
スタッフ同士でバリアフリーに関する情報共有や相談が増えた	1(8.3%)
スロープ利用の案内が自然にできるようになった	1(8.3%)
特に変わりはない	5(41.7%)

自由記述より:

- 現在はお声かけや電話をいただければ、スタッフがスロープ設置の対応をする様にしている。

スロープの導入は、物理的な段差解消という機能面にとどまらず、店舗スタッフの意識や日々の行動にも静かな変化をもたらしました。「バリアフリーに対する意識の変化」が、後期では半数の店舗が変化を実感されていました。これは、設置を“経験する”ことを通じて、スタッフの中に新たな視点や理解が芽生えていることを示しています。

5.7.2 現場の声

自由記述では、スタッフ自身の変化や職場の空気の変化が具体的に語られていました。

- アルバイトの子に設置してもらったので、意識はしてくれてる。
- スロープ利用の案内が自然にできるようになった。

こうした声は、単なる「設備導入」を超えて、バリアフリーに対する“理解”や“行動”が現場で実践されていることがわかります。

5.7.3 丁寧な対応による相互理解の深まり

定性的なヒアリングからは、スロープ設置をきっかけとした対話の深化も見えてきました。

- 以前は必ず「予約必須」としていたところ、アンケート時には「事前連絡がなくても、声をかけてくださればもちろん対応できます」と柔軟な姿勢を見せるようになっていました。
- はじめは「お客様がスロープを設置してください」とお願いしていたものの、車いすユーザーの来店時の対応について丁寧に説明を重ねた結果、「一人の場合は出します」と理解が得られるようになりました。

このように、店舗と利用者の間に新たな信頼関係が芽生えていることも、本事業の副次的な成果といえます。

5.7.4 スタッフ自らの工夫・改善行動



一部の店舗では、スタッフ自身が課題に気づき、自主的に改善に取り組む姿勢が見られました。

- 「スロープに乗った際にたわんでしまう」との声を受けて、木の棒を入れて強度を補強
- 転倒防止のため、スロープに目印となるシールを貼る工夫
- 「お声かけください」と店頭に大きく表示し、歓迎の意思表示を強化

これらは、利用者にとって安心できる店舗環境づくりが進んでいる例といえます。

5.7.5「特に変わりはない」という店舗も一定数存在

- 前期:33.3%
- 後期:41.7%

一定数の店舗で「特に変わりはない」と回答がありました。背景には以下のような要因が考えられます。

- スロープの利用場面にスタッフが直接関与する機会が少ない
 - 常設のスロープゆえに接客上の“変化”として捉えにくい
 - スタッフ間でスロープ活用やバリアフリーに関する情報共有が行われていない
 - そもそも利用数が少ない
-

5.7.6 今後に向けた展望と提案

スロープを“使える状態にする”ことと、“活かして使いこなす”ことは別次元の取り組みです。実際の行動変化を促すには、店舗スタッフの気づきや対話の機会をどう生むかが鍵となります。

本事業を通じて得られた結果から、今後は以下のようなアプローチが効果的と考えられます。

- 設置時の簡単なオリエンテーションの実施
設置意図や使い方のポイントを短時間で伝えるだけでも、現場の理解度は大きく異なります。
- 他店舗の好事例や体験談の共有
「声をかけたら喜ばれた」「実際に案内した」など、成功体験の共有が行動変容のトリガーになります。

スロープは段差を越えるための装置であると同時に、スタッフ自身の心のバリアフリーの醸成のためのツールにもなり得ます。

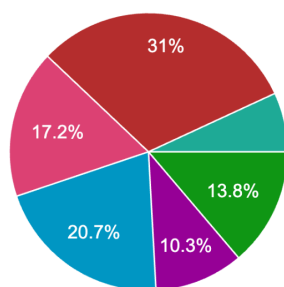
5.8 利用者用_簡易スロープ利用アンケート



5.8.1 利用者の属性と背景 利用された店舗

利用された店舗

29 件の回答

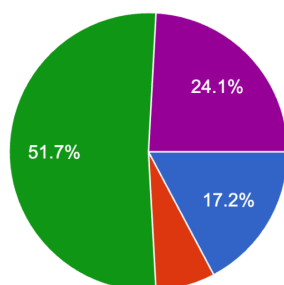


- 炙りや 笑多 田町本店
 - らーめんや なかじゅう亭 WA-FU
 - オイスターハウス
 - 景気屋笑売 ウエイブ 本店
 - PIZZERIA BACI
 - 甘縁房
 - room's
 - 和蘭ししがしら
- ▲ 1/3 ▼

回答者属性

アンケート回答者属性

29 件の回答

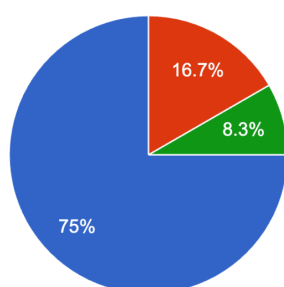


- 車いす利用者
- 杖・歩行器利用者
- ベビーカー利用者
- 歩ける人（家族、友人、介助者、同伴者など）
- 車いす体験者（街歩きイベント中に車いすでスロープを利用した）

車いすの種類

車いすの種類

12 件の回答

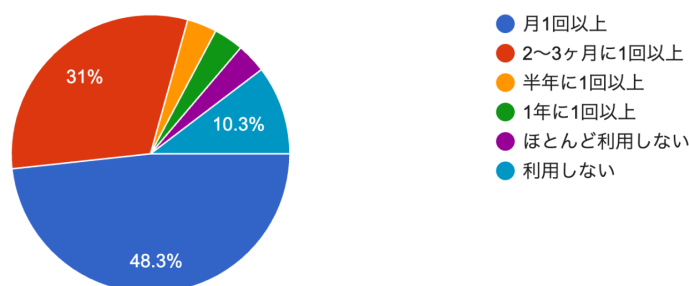


- 手動車いす
- 電動車いす
- ストレッチャー
- バギー

飲食店の利用頻度

飲食施設をどのくらい利用しますか？

29 件の回答



全体で29名から回答が寄せられ、属性は以下の通りでした。

- 歩ける人(家族・介助者・同行者など): 51.7%
- 車いす体験者(イベント時にスロープを利用): 24.1%
- 車いす利用者(本人): 17.2%
- 歩行器・杖使用者: 6.9%

また、利用された車いすの種類では、手動車いすが75%、電動車いすが16.7%、ストレッチャー2件・バギーが1件報告されています。

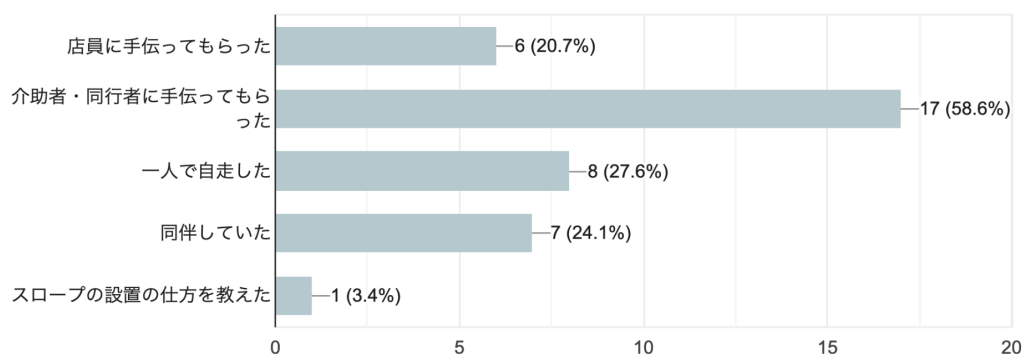
飲食施設の利用頻度では、「月1回以上」が最も多く48.3%を占め、「2～3ヶ月に1回以上」も31%あり、定期的に外食機会のある層からの声が多く集まりました。

5.8.2 スロープ利用に関する体験

簡易スロープ利用時のサポート

簡易スロープ利用時のサポートについて

29 件の回答



スロープ利用時のサポート状況は以下の通りです。

- 介助者・同行者に手伝ってもらった: 58.6%
- 一人で自走した: 27.6%
- 店員に手伝ってもらった: 20.7%

- 同行していた(特に補助なし):24.1%
- 設置方法を説明した:3.4%

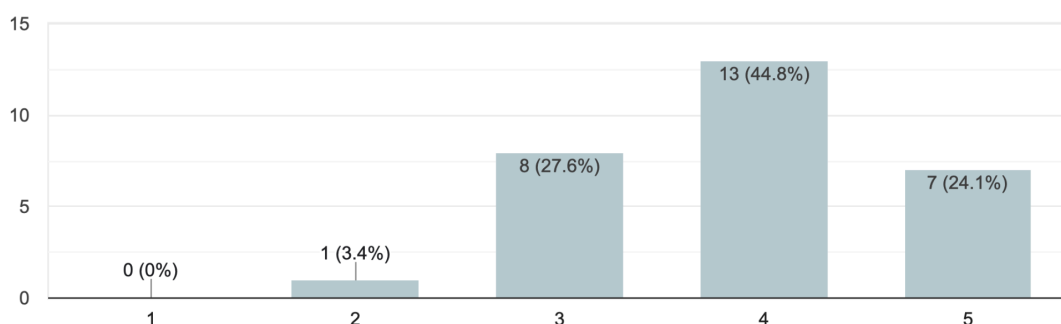
回答からは、自力で利用する人も一定数存在しつつ、過半数が何らかのサポートを必要としていたことが分かります。スロープが設置されていても、人的支援との組み合わせが重要であることを示しています。

5.8.3 利用のしやすさ・安全性に対する評価

利用のしやすさ

利用のしやすさ

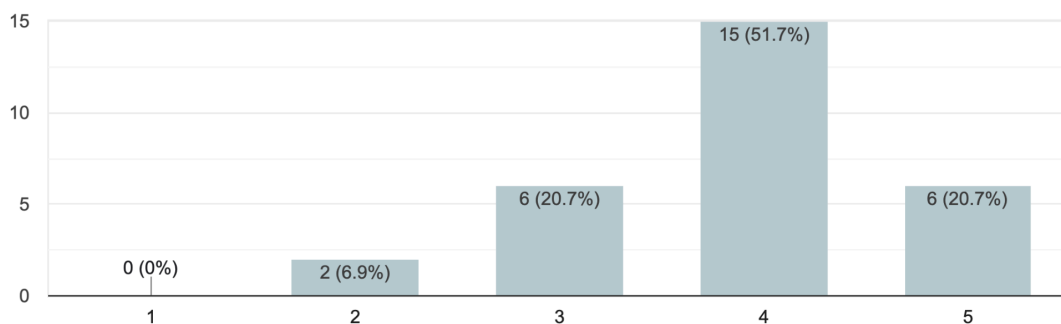
29 件の回答



安全性

安全性

29 件の回答



- 利用のしやすさ
 - 4点:44.8%
 - 5点:24.1%
 - 3点:27.6%
 - 2点以下:3.4%
- 安全性
 - 4点:51.7%

- 5点:20.7%
- 3点:20.7%
- 2点:6.9%

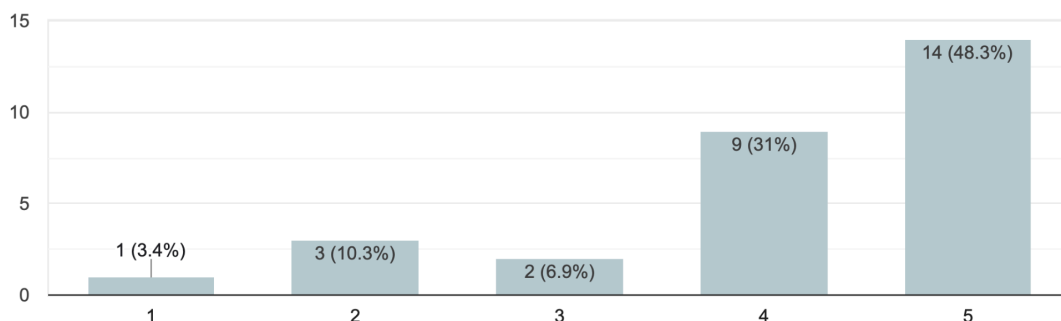
大多数が「4点以上」と評価しており、スロープの設置が高い満足感と安心感をもたらしていることがわかります。ただし一部では「角度がきつかった」との声もあり、今後の設計改善に向けた示唆も得られました。

5.8.4 スロープ設置のわかりやすさ

スロープが店舗にあることのわかりやすさ

スロープが店舗にあることのわかりやすさ

29 件の回答



簡易ス

ロープの設置は、単なる設備の有無だけでなく、「利用できることが伝わっているかどうか」が実際の活用に大きく影響します。利用者アンケートからは、スロープ設置の視認性(わかりやすさ)に関する重要な気づきが得られました。

スロープが店舗にあることの「わかりやすさ」

5段階評価で聞いた結果、

- もっとも高い「5(非常にわかりやすい)」が48.3%
- 次いで「4」が31%

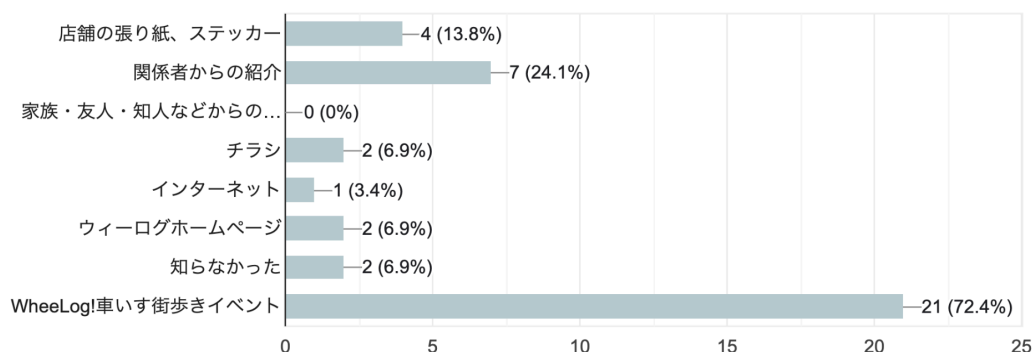
となっており、約8割の回答者が「店舗にスロープがあることがわかりやすかった」と感じていることがわかります。

一方で、1～3を選んだ人も20.7%おり、スロープがあることの視認性に課題を感じている層も一定数存在します。設置位置や案内表示の工夫などにより、さらなる視認性向上が期待されます。

5.8.5 店舗にスロープがあることを知った情報源

簡易スロープ設置された店舗についてどのように知りましたか？

29 件の回答



スロープ設置を知った経路としては、以下のような傾向が見られました。

- **WheelLog!街歩きイベント**で知った: 72.4%
- 関係者からの紹介: 24.1%
- 店舗の張り紙・ステッカー: 13.8%
- インターネット／**WheelLog!**ホームページ／チラシなど: それぞれ1～2名(6.9%以下)

スロープの設置が活かされるためには、設置そのものだけでなく、それが「見える化」され、周囲に伝わる工夫が欠かせません。特に今回の結果からは以下の2点が重要といえます。

- 視覚的な配慮の強化
スロープの設置位置やステッカーなどの場所により、見つけやすさは大きく変わります。
- 情報発信の多様化と強化
情報発信の連携が極めて重要であることが示されました。今後は、ホームページや**SNS**、店舗自らの発信、地域のマップ掲載など多様なチャネルでの広報が求められます。

また、ステッカーやチラシの整備に加え、「ここは誰でも入れます」という歓迎メッセージを発信する仕掛けを強化することで、バリアフリーの意識がさらに浸透していくと考えられます。

5.8.6 自由記述に見るスロープの価値と広がり

1. スムーズに入店できたことへの喜び

スロープを使ったことで、段差を無理に越えようとする必要がなくなり、移動がスムーズになったという声が数多く寄せられました。

- 「段差を無理に登るよりすぐに進めた」
- 「段差においてスムーズに昇降できた」
- 「とても使いやすかったです」
- 「一段だけなので、傾斜も緩やかですっとお店に入れた」
- 「バスの乗り降りも、思ったよりはスムーズだった」

スロープの物理的な効果だけでなく、移動に対する心理的な安心感も得られていることが読み取れます。

2. 店員や周囲の人の対応に感動

スロープの設置だけでなく、それを取り扱う人の対応によって、心温まる体験になったという意見も多く見られました。

- 「店員さんが優しく対応して下さり、嬉しかったです。手際良く設置して下さいました」
- 「お店の方が中から声をかけてくれた、ありがたかった」
- 「みんなが協力して車椅子を押すことが出来た」
- 「店員さん、お客さんの心のバリアが薄いと感ずることが出来る」

スロープの存在が、物理的なバリアだけでなく“心のバリア”にも働きかけるツールになっていることを示しています。

3. 「歓迎されている」と感ずる視覚的サイン

スロープが設置されていることで、入店できるかどうかを一目で判断できたという意見があり、またそれが「歓迎されている」と感ずる要因にもなっていました。

- 「店頭前にスロープが置いてあったため車いすでの入店可能であることがひと目で分かった」
- 「スロープがあるだけで車椅子のユーザーウェルカムなのだとわかって嬉しい。親切な人がやっている店なのだと感ず、お店のイメージがあがる」
- 「簡易的なスロープがある＝バリアフリーの意識があります、という印でもあるので、目印としてもよかった」
- 「店の外にあったので入れることがわかりやすかったです」

このように、スロープは単なる道具ではなく“意思表示”としての意味も持つことがわかります。

4. 店舗イメージやコミュニケーションの広がり

スロープの存在がきっかけとなり、店舗との対話や交流が生まれたケースもありました。

- 「絶対入れないと思う老舗に入れ、中にいる焼きまんじゅうを焼いているお母さんとたくさんお話しし、コミュニケーションも取れたこと！」
- 「スロープがあることで、車椅子でも行きやすいと感ずました」
- 「気軽に入ることができた」

このような声から、スロープ設置が店舗の開かれた雰囲気づくりやコミュニティとのつながりを促進する効果もあることが見えてきます。

5. 使いやすさ・安心感の評価

スロープの角度や設置方法について、安心して利用できたという声が大半を占めていました。

- 「角度が緩やかだったので、上り下りが怖くなかった」
- 「登りやすかったし下りやすかったりした」
- 「入りやすいし、常にスロープを出してあるので利用しやすい」
- 「車椅子でもお店に入れた事」

一方で、「少し角度がきつかった」という声もあり、今後の設置基準や設計に活かすべきフィードバックです。

6. その他の利便性や気づき

スロープの存在が単に「入れる」だけでなく、新しい気づきや変化をもたらしたことが分かります。

- 「利用できるお店の幅が広がった」
 - 「車椅子での自走が可能になること」
 - 「スロープで上がってもすぐに収納ができるため他の方の邪魔にならない」
 - 「段差が結構高かったが、スロープがあったので店の扉の前まで行くことができた」
-

まとめ

アンケートから見えるスロープの効果は、「移動のしやすさ」という表面的な価値にとどまらず、「歓迎されている」という気持ちや、「人との交流」「店のイメージ向上」など感情的・社会的な広がりを持った価値が生まれていることが明確になりました。スロープは、単なる設備ではなく、心のバリアを取り払う入り口になっています。

簡易スロープは、単に段差を超えるための「道具」ととどまらず、人との対話を生み、地域との関係性を変える「ツール」としての役割を果たしています。視覚的にも心理的にも、「このお店は歓迎してくれている」と伝える力があり、特に一人で外出することに不安を感じている人にとっては、大きな安心材料となります。

加えて、スタッフや来店者の対応も含めた“空気感”により、スロープの効果は何倍にも広がります。今後は設置の工夫に加え、サポートの質や周囲の理解促進も合わせて進めることで、より本質的なバリアフリーが実現されていくと考えられます。

5.8.7 簡易スロープに対する改善点

1. 幅・長さ・傾斜などハード面の改善要望

スロープのサイズや角度については、複数の方から具体的な改善提案が寄せられました。

- 「もう少し幅の広いタイプがあるとより安心」
- 「私が行ったピザ屋さんのスロープの幅がギリ通れるくらいの狭さだったので、もう少し広い方が車いすユーザーの方は通りやすいと感じました」
- 「電動車いすが通るとき、横幅が少し狭い気がしました」
- 「もう少し長いものだとも良いかもしれない」
- 「急な坂じゃなくても自分でのぼって見たら思ったよりこわかった」

→ スロープの幅と傾斜の両方に対する安全性と使いやすさの配慮が求められています。特に電動車いすや自走する人にとっての配慮は今後の改善の鍵です。

2. 設置方法・操作ミスへの懸念

設置の手順や向きの間違いについて、実際の利用現場での困りごとが挙げられました。

- 「お店の方がスロープを逆に設置されたことから、設置方法を間違わず出来るように覚えていただく」
- 「上下逆で設置された点です」

→ スロープの使い方についての“店側のスロープ使用の慣れ”が今後の利用体験の質を左右するという実感が共有されています。

3. ドアとの相性という物理的な課題

スロープだけでなく、建物構造との関係性にも言及がありました。

- 「お店のドアが手前に引くタイプだと自走で入りにくい」
- 「引く(押す)タイプのドアと相性が悪い。横開きのドアとは逆に相性が良い」

→ スロープの導入とあわせて、出入口の構造もあらかじめ確認・検討しておく必要があることがわかります。

4. 設置や案内に関する運用上の工夫

スロープの存在に気づきやすくする工夫や、利用者が迷わないようにする仕掛けへの提案も多く見られました。

- 「旗とかでどこにスロープがあるのかかしてくれると助かると思います」
- 「お店のそこからでも簡易スロープがあることを知らせて欲しい」
- 「お店の人がしまうまでの時間がかかっており少し普通のお客様に迷惑がかかっており大変そうだったところです」
- 「見た目をもうちょっと頑丈そうにしてほしい」

→ 視認性や設置のオペレーション改善も今後の普及促進には不可欠です。

5. より多くの店舗への普及・社会全体への期待

スロープを一部の店舗だけでなく、社会全体に広げてほしいという声も多数ありました。

- 「沢山のお店でスロープを使えるようにしたら良い」
- 「もっと街じゅうの店で設置が当たり前になればいいなと思います」
- 「設置してあることが当たり前の社会になってほしい」
- 「もっとスロープをつける店舗・家が増えればいい」

→ スロープは「当事者だけでなく社会全体のバリアフリー意識の象徴」として受け止められており、設置が“特別”ではなく“標準”となる未来が望まれています。

5.8.8 利用者用_簡易スロープ利用アンケートのまとめ

利用者から寄せられた改善点は、スロープそのものの「ハード面」だけではなく、使う人・設置する人・案内する人すべての“運用”と“意識”に関わる部分まで広がっていることが明らかになりました。

「幅や傾斜の改良」「設置ミスの防止」「建物構造との相性の把握」「表示や案内の工夫」、そして「バリアフリーが当たり前の社会への期待」などこうした視点を踏まえることで、単なる福祉設備としてではなく、誰もが入りやすいまちづくりの象徴としてのスロープがより活用されていくことが期待されます。

6.運用時の課題

6.1 運用時の課題

6.1.1 アポイント取得・連絡手段の課題

【課題】

- 夜間営業や不定休、オーナー不在などで連絡が取りにくい店舗が多くありました。
- 電話番号は判明していても、留守番電話が続く、あるいは不通であるケースもありました。
- 「無料でスロープを配布する」と伝えても、「怪しい」と警戒されることが少なくありませんでした。
- デジタル化が進んでいない地域や高齢の経営者においては、電話やFAXが主な連絡手段となっており、SNSやメッセージアプリでの連絡は困難な状況でした。

【具体的事例】

- 「夜だけ営業しているため、昼間は誰もいない。電話をしても留守番電話が続く」
- 「不定休なので、何度電話をかけてもオーナー不在が続く」
- 「『タダでスロープを配るなんて、逆に怖い』と不信感を示された」

【改善策・実施内容】

1.代理申請

高齢オーナーには書面やFAX、電話だけでも申請可能にして、スタッフ側で代行入力を行いました。

2.連絡可能な時間帯・手段の柔軟化

飲食店の場合、開店前～仕込みのアイドルタイム帯(15時台など)に連絡をとるようにしました。

3.事業に対する信頼感の醸成

行政名義や後援名義がある場合は、その情報を明示し、怪しい勧誘ではないと説明をしました。既に導入した店舗の事例やメディア掲載記事を見せることで安心していただきました。

【留意点(自治体・事業者・当事者団体)】

・自治体:飲食業組合や商工会議所などの定例会・エリア会議などで時間をもらい、事業説明を行う工夫が必要です。

・当事者団体:オーナー不在が続く店舗へは、無理に足を運ぶよりも「顔が見知れた関係者」が仲介していただく方が受け入れていただきやすいです。

6.1.2 事業への共感不足・導入意義への理解不足

【課題】

- 一部の店舗では、スロープ導入の目的や必要性が十分に理解されていませんでした。
- 「車いすユーザーは来ない」「段差があっても困っていない」などの認識があり、導入の必要性を感じにくい傾向がありました。

【具体的事例】

- 協力したくない。
- トイレがないからうちには適さないと思う。
- 車いすユーザーは車いすバスケの選手、ベビーカー、高齢者の歩行器の人たちも一人で入って来られているから、必要ない。
- うちは車いすユーザーは来ないから必要ない。
- ビルのオーナーが厳しくて、店舗前にスロープがおけないかも。
- 忙しい時に来店されるとスロープの設置など対応できない。
- 急に来られると混んでいると困る。予約必須にして欲しい。

【改善策・実施内容】

1. 他店舗の事例の紹介
車いすだけでなく、杖や歩行器を利用する方、ベビーカーを利用する保護者など、さまざまな方がスロープを活用できることや、近隣店舗の事例を共有しました。
2. 当事者との直接対話
車いすユーザーが実際に訪問し、「少しの段差でも超えられない」「外出時は常に不安がある」といったリアルな声を直接伝える場を設けました。言葉だけでは伝わりづらいバリアの存在や、設置による助かり感を実感してもらうことが重要です。
3. 社会的意義の訴求
「いつ誰が当事者になるか分からない」という視点や、バリアフリー化によって自治体の広報や福祉マップ等に掲載される可能性など、社会的な価値を伝えるようにしました。

6.1.3 物理的条件不合（段差が複数・通路が狭いなど）

【課題】

建物構造や立地条件により、スロープの設置が難しいケースが見受けられました。特に以下のような物理的制約が課題となりました。

- 複数の段差があり、スロープを連結しても傾斜が急になる
- 店舗前の歩道に余裕がなく、スロープを出すと通行の妨げになる

【具体的事例】

- 入口に段差が3段あり、スロープを何枚も連結しても傾斜が急になりすぎる

- 店舗前が歩道ぎりぎり、スロープを出すと通行の邪魔になる

【改善策・実施内容】

1. 基準の設計
2. 長いスロープの導入・デモの実施

6.1.4 スロープ設置・利用・運用の実務的課題

【課題】

スロープ自体は導入できても、設置・収納・案内の運用がうまくいかないケースが見られました。置き場所の確保、スタッフの認知不足、使用時の安全性など、実務面での課題が多く報告されました。

- 通路が狭く、常設できない
- 他の客の通行を妨げる懸念がある
- スロープが重く、設置に手間がかかる
- スロープの種類と大型車いすの組み合わせによっては、スロープがたわんでしまい、転倒の危険性がある

【利用周知に関する課題】

- スロープの存在が知られておらず、使われない
- 常設していても表示がないため利用者に伝わらない

【改善策・実施内容】

1. 軽量スロープの導入と収納工夫
より軽量なスロープや、折りたたみ式の導入、カウンター下や壁に立てかけるなどの収納方法を工夫しました。
2. 案内表示の強化
「車いすOK」「スロープあります」などのポスターやステッカーを掲示し、認知を促しました。また、WheelLog!アプリなどでの情報共有も実施されました。
3. スタッフ向けマニュアルの作成
設置方法について資料及び動画にまとめ、使用時にすぐに見えるように活用しました。
4. 注意事項・免責事項
スロープの注意事項・免責事項については説明書などに記載しました。

【留意点】

使用方法を誤ると事故の原因にもなりかねません。1人で出し入れできない場合の連絡先のわかる看板の設置など、今後の改良の余地が残されています。

6.1.5 スロープ選定の壁

【課題】

スロープ自体の購入に際して、段差の高さや店舗の構造、置き場所の広さ、店主の意向などにより必要なスロープの種類・長さ・重さが大きく異なります。

この価格差の大きさにより、事前の予算見積もりが難しく、一律の補助額を決めづらいという課題が生じました。また、事前に写真や段差の数値情報が不十分な場合、現地調査が必要となり、選定・調達・設置までに時間を要するケースも少なくありませんでした。

【改善策・実施内容】

1) 段差別スロープ分類とモデルパターンの明確化

段差の高さ(10cm／15cm／20cmまで)と対応可能なスロープのモデルを整理し、「この高さならこの種類」と選定しやすい表を作成しました。20cm以上については例外的対応で実施しました。

段差	スロープ長さ
6cmまで	約60cm
9cmまで	約90cm
12cmまで	約120cm
20cmまで	約150cm
20cmまで	約150cm(軽量)

2) 現地確認とデモ機材の活用

段差の状態が分かりにくい場合は、現地にスタッフが赴き、メジャーでの測定や段差写真の撮影を実施しました。また2.5mタイプのスロープはデモ用スロープを借りて実際に試すことで、オーナーと相談しながら最適なスロープを選定しました。

【留意点】

- 設置後の運用や収納方法も選定時点で十分に説明しないと、使い方がわからないケースもありました。
- 店舗側が想定以上に大きなスロープを敬遠する場合もあるため、「これくらいの長さなら店の雰囲気も損なわず、使いやすい」という提案の柔軟性が必要でした。

6.2 申請・審査の課題

6.2.1 Web申請手続きの難易度

【課題】

Webフォームでの申請に不慣れな店舗が多く、特にメールアドレスを持たない、スマートフォンを使用していないなど、ITリテラシーの差が大きく、代理申請の利用が多数を占めました。

【改善策】

1. 代理申請と紙での応募の併用
電話やFAXで基本情報を伝えてもらい、スタッフ側がWeb申請に代理入力する方式を導入しました。簡易的な紙の書類での応募も受け付けるようにしました。
2. 簡易フォームの設計
申請項目を必要最低限に抑え、簡略化し、追加入力は電話や訪問でフォローするなど、申請プロセス全体を見直し、効率化を図るようにしました。

【留意点】

申請途中で止まってしまうケースも多いため、フォロー窓口を明確にしておくことが重要です。写真が難しい場合は現地訪問を実施するなど、柔軟な対応が求められました。

6.2.2 写真撮影・段差測定のハードル

【課題】

スロープの仕様を決めるために必要な「段差の段数や高さ」「ドアの幅」などの情報を得ることが困難なケースがありました。特にメジャーを持っていなかったり、測定方法が分からない、写真を撮影してもアップロードの仕方がわからないという声がありました。また、指定された写真の範囲指定が複雑で、申請者側の負担が大きかったです。

【改善策・実施内容】

1. 訪問による代行測定
スタッフが直接訪問して測定・撮影を代行する体制を整え、負担を軽減しました。
2. 必要枚数の明確化
写真の提出範囲を明確にし、必要最小限の枚数に絞る必要がありました。

【留意点】

現地状況が事前情報と異なることもあるため、設置時の再確認が必要です。また、何度もやり直しになると店舗側の負担が大きくなるため、初回の訪問時に測定・写真撮影をすることが必要となります。

6.2.3 申請方法の偏りと当事者の働きかけの重要性

【課題】

今回の申請店舗の多くは、車いすユーザーなどの当事者が直接店舗を訪問し、必要性を伝えたケースで申請が進んだことが明らかになりました。

一方で、当事者からの依頼や訪問がない場合には、店舗側がスロープの必要性を自覚できず、導入に至らなかったケースもありました。これにより、必要性の高い店舗への導入が進みにくいという偏りが生じました。

【改善策・実施内容】

1. 当事者団体との連携強化

地域の当事者団体と連携し、定期的に店舗への声かけ・働きかけを行う体制が必要です。顔の見える関係性の中でニーズを共有することで、店舗側の理解が進みやすくなります。

2. 啓発・情報提供の強化

スロープの活用事例などを紹介し、店舗側に「どんな人が、どう困っていて、どう助かるのか」を具体的に伝えます。

3. 利用者視点の気づきの提供

「ベビーカーや高齢者、歩行器の方にも役立つ」といった幅広い対象を示すことで、店舗側が当事者以外の来店者にも利点があることに気づきやすくなります。

【留意点】

導入を促すためには、圧力ではなく「寄り添いと共感」に基づく働きかけが重要です。押し付けではなく、「一緒にバリアフリーを進めていきませんか？」というスタンスでの接触が効果的かと思われます。

6.2.4 申請プロセスの簡素化の必要性

【課題】

本事業では、事前アンケート → スロープ申請 → アンケート集計 → 事後アンケート提出という複数の手続きを行う仕組みとなっていました。

しかし、現場では「やることが多い」「どのタイミングで何を提出すればいいか分かりにくい」といった声が多く寄せられ、申請プロセスの複雑さと申請者の負担が大きく、自治体での今後の実施には簡素化が必要でした。

【改善策・実施内容】

1. 申請・アンケートの一体化と簡素化

申請フォームとアンケートを簡素化し、設問数を最小限に抑えたシンプルなフォームとする必要があります。設置後の満足度や利用実績なども、口頭ヒアリングなど聞き取りで代替可能とし、記入の手間を省き申請プロセス全体を見直し、効率化を図る必要があります。

2. プロセスの可視化・ガイド化

申請から設置完了しアンケートを行うまでの全体フローを、A4紙面1枚に整理し配布しました。

3. 代理記入・サポート体制の充実

アンケートの記入や報告内容の送信については、事務局や支援スタッフが代理で対応する体制を明確化。申請者には「電話口で答えるだけ」で完了できる設計とする。

【留意点】

事務の効率化を図りつつも、効果検証や事業評価に必要な情報は維持する必要があるため、最低限のデータ収集項目は整理して残すことが重要です。また、導入後の実績や活用状況の把握は、負担をかけずに収集できる聞き取りの仕組みに転換することで、申請者との良好な関係性を保つことにもつながります。

7. 今後に向けて

7.1 振り返りと今後の展開(政策目標)

7.1.1 店舗側の理解と共感の壁: 制度化の最大の障壁

今回の実証実験では、段差の解消という物理的な整備だけでなく、スロープ導入に対する店舗側の「共感不足」「理解の壁」が、制度の定着に向けた最大の課題であることが明らかになりました。多くの店舗において、次のような声が寄せられています。

- 「車いすユーザーなんて来ない」
- 「ベビーカーも高齢者も、これまでは持ち上げて入れていたから必要ない」
- 「忙しいときに対応できないから無理」
- 「トイレがバリアフリーでないから、スロープがあっても意味がない」
- 「ビルのオーナーが厳しくて設置は難しいかもしれない」

これらの声は、現場のバリアフリー化の必要性そのものが理解されていないという状況を浮き彫りにしています。そしてこの背景には、「バリアフリー化は義務ではない」という現行制度の限界が強く影響しています。

現行のバリアフリー法では、延べ床面積2,000㎡未満の小規模店舗にはバリアフリー基準が適用されていないため、制度上は対応が“努力義務”にとどまっています。この制度構造そのものが、店舗の意識や行動の壁を生んでいると言えます。

したがって、今後の政策的な展望としては、小規模店舗を対象としたバリアフリー法の基準強化こそが本質的な解決策であり、制度的な転換点となるべきです。段差があることを理由に利用をあきらめる人がいなくなるためには、建築時・改修時にバリアフリー対応を求める法制度の整備が不可欠です。

なお、今回の実証事業で導入した簡易スロープは、そうした法制度整備が進むまでの“移行期の暫定的な措置”として、より多くの店舗がより早く段差を解消するための手段として有効であったと位置づけるべきです。スロープ設置によって一部の店舗では来店者が増え、地域との関係性が深まるなどの成果も見られましたが、これはあくまで制度化への第一歩にすぎません。

簡易スロープの導入をもって「バリアフリー対応は完了」と見なすのではなく、本来のゴールである“制度としてのバリアフリーの義務化”へと進むための橋渡しと位置づけることが極めて重要です。

今後は、今回のような現場実証の成果をもとに、より本格的な制度整備に向けた議論と実行が求められます。

7.1.2 実証実験から得られたエビデンスの社会的インパクト

一方で、スロープの導入によって得られた定性的・定量的な声は、政策検討において非常に大きな力となりました。実証事業を通じて、以下のような「変化」が実際に確認されました。

- 利用者の声
 - 「久しぶりに外食ができた」
 - 「予約時に“スロープありますか”と確認して、安心して来店できた」
- 店舗スタッフの変化
 - 「ステッカーを見てお客様が声をかけてくれた。設置した意味が初めて分かった」
 - 「近所の方から“こういうのがあると助かる”と声をかけられた」
 - 「以前は持ち上げて対応していたが、スロープのおかげで女性同士でも入店できた」
- 地域住民の反応
 - 「近所のケアハウスからの帰りに通りかかった方が“ここなら入れる”と話題にしていた」
 - 「電動車いすで散歩している人たちが“こういう店が増えると嬉しい”と言っていた」

また、「スロープがあるから入れた」という体験は、単なる利便性向上を超えて、外出先の選択肢が広がる＝生活の自由度が増すという社会的インパクトをもたらしました。

7.1.3 政策提言の成果：国政への反映と制度議論の前進

2024年末以降、本実証実験結果とアンケート結果、店舗・利用者からの具体的な声をもとに、議員への働きかけ、国土交通省の担当部署との意見交換、公明党バリアフリー推進PTでの発言を継続的に行いました。また、国土交通省の「建築設計標準に関するフォローアップ会議」に委員として継続参加し、小規模店舗におけるバリアフリー化の必要性について発信を行ってきました。

これにより、令和7年度より、小規模店舗を対象としたバリアフリー課題の整理と制度的検討が正式に議題として取り上げられる見通しとなりました。

さらに、2025年3月3日には、赤羽一嘉議員（前・国土交通大臣）議員が「小規模店舗のバリアフリーの課題」について国会質問として取り上げ、また3月21日参議院予算委員会では、公明党・安江伸夫参議院、4月7日の参議院決算委員会では公明党の杉久武参議院議員も相次いで小規模店舗のバリアフリー推進について言及していただき、中野国土交通大臣から以下の答弁がなされました。

「小規模店舗に関する実態把握や課題の整理を行った上で、実効性のある対応を検討していく」

これは、本事業の成果が国政に反映された象徴的な成果であり、制度化に向けた第一歩といえます。

7.1.4 今後の制度展望

1. 小規模店舗への法制度の適用拡大

現在、バリアフリー法の義務基準は延べ床面積2,000㎡以上の特別特定建築物（大型商業施設など）に限られています。そのため、個人商店や飲食店など多くの小規模店舗では、法的には努力義務にとどまり、バリアフリー化が進みにくい現状があります。実際に、国土交通省の調査（平成30年度）では、小規模店舗等の約8割が努力義務基準にも適合していないという結果が出ています。

この現状を受けて、私たちは以下のような制度改正を展望しています。

- 小規模店舗も含めた法適用対象の拡大
- 店舗入口だけでなく「利用客席まで」を対象とした移動等円滑化経路の義務化
- 車いす利用可能な客席の設置をガイドラインではなく義務として位置づける制度設計

これらの変更により、実際に利用者がアクセスできる店舗環境が全国的に整備され、車いすユーザーをはじめとする移動困難者にとって利用しやすい社会の実現が期待されます。

2. 地方自治体への委任制度の限界と国による基準見直しの必要性

2021年のバリアフリー法改正により、各自治体が独自の基準を設定できるようになりました。しかしながら、実際に条例を制定している自治体は全国でわずか20にとどまり、法改正から数年が経過しても適用は広がっていません。

このことから、地方任せのアプローチには限界があると考えられ、今後は以下のような見直しが必要です。

- 国としての基準引き下げ（例：2,000㎡未満の建物にも義務化を検討）
- 条例制定の促進とともに、国レベルでのガイドラインの強化と義務化の再検討
- 小規模店舗への支援策の整備（例：簡易スロープ補助金制度）

3. 制度改正の意義と社会的インパクト

制度の見直しと適用拡大には、次のような意義があります。

- 移動困難者の外出機会が広がる：生活圏の中でアクセス可能な場所が増えることで、行動の自由度が高まります。
- 共生社会の実現：「誰一人取り残さない」社会の実現に向けて、制度的後押しをすることは不可欠です。

4. 簡易スロープ設置事業の構築に向けて

今回の実証事業を通じて私たちが得た最大の学びは、段差をなくすことは、人の心をひらくことに直結するということでした。そして、心のバリアフリーを進めるには、店舗側の善意や努力だけに頼るのではなく、制度による継続的な後押しが不可欠であるという現場の声に裏打ちされた確信を得ました。

簡易スロープの設置は、既存の小規模店舗にとっては「バリアフリーの入口」であり、制度の整備と支援体制の構築が伴ってはじめて社会的に意味を持つ施策となります。そのため、以下の3つの柱からなる政策的対応が求められます。

【1】全額補助制度の確立

スロープ設置を推進するうえで最も大きな障壁の一つが「費用負担」です。特に小規模店舗においては、数万円～十数万円の支出が導入をためらう大きな要因となっています。こうした現場の実態を踏まえると、簡易スロープの導入にあたっては、店舗負担ゼロとなる“全額補助制度”の確立が不可欠で

す。たとえ合理的配慮が法律上の義務であっても、特に既存店舗にとっては物理的・経済的ハードルが高く、補助の有無が導入の可否を分けています。

今回の事業では、店舗ごとに段差の高さや設置条件が異なり、スロープの長さ・重さ・材質に応じて費用が大きく変動しました。一律の補助額では実態に合わないため、「現地確認に基づく実費補助」が必要です。

合理的配慮の社会実装を進めるには、「制度がある」だけでなく、「使える制度」であることが重要です。合理的配慮の義務化が障害者差別解消法により定められている中でも、既存施設の改善を進めるうえでは公的助成による後押しが不可欠です。補助制度の充実によって、小規模店舗にとっての参入ハードルを下げ、より早く・より多くの段差解消を実現できます。

【2】自治体相談窓口と当事者団体の連携による伴走体制

実証実験を通じて明らかになったのは、スロープを「設置すること」ではなく、「活用され続けること」が重要であるということです。スロープ設置という“合理的配慮の展開”には、継続的な広報活動や、店舗への対面でのサポートが不可欠であるということです。

実際に設置後のフォロー、スタッフの説明、利用者への案内表示といった運用面の工夫が、利便性や再来店につながっていました。

こうした取り組みは一時的なキャンペーンでは成立せず、自治体による専任部署の設置や、当事者団体との連携によって、常設の相談窓口を整備することが重要です。今回の調査で得られたこうした“伴走型支援”の必要性自体が、実証実験の大きな成果の一つでもあります。

こうした支援があることで、店舗側も「誰に相談したら良いか分からない」という不安から解放され、安心してバリアフリー化に踏み出すことができるようになります。

【3】地域単位での普及啓発と導入支援の推進

導入に成功した店舗では、利用者からの感謝の声や常連化といった成果が見られましたが、一方で「うちには車いすの人が来ない」といった認識の壁が残る店舗も依然多く存在しています。

今後は、業界団体や商店街との連携をより深め、地域単位での理解促進や相互補完的な導入支援の体制づくりが求められます。

また、実務的な設置サポートに加えて、成功事例の可視化、バリアフリーの経済的・社会的なメリットの共有など、導入メリットを伝える情報発信が必要です。簡易スロープの設置は、あくまで第一歩に過ぎません。制度化があるからこそ、行動が変わり、意識が変わります。同時に、現場の変化と成功体験が、次の制度を育てていきます。

今後はこの実証事業の成果をもとに、法制度の整備・支援体制の強化・自治体の実装支援を一体として進め、誰もが「行きたい場所に行ける」社会を、着実に現実のものにしていきたいと考えています。

8.まとめ

本事業を通じて、私たちは「わずか数センチの段差」が、多くの方の外出や飲食の機会を奪っているという現実を改めて実感いたしました。一方で、その段差を超える「スロープ一つ」が、車いすユーザー、高齢者、ベビーカー利用者、そしてそのご家族やご友人にとってのストレスを軽減し、新しい選択肢を提供することも実感いたしました。

導入後には、「助かりましたという声が多かった」「スロープを見てすごいと感動された」といったポジティブなお声を頂戴しました。また、ステッカーをきっかけに飛び込みで来店された事例もあり、スロープが“交流のきっかけ”にもなっていることがわかりました。

加えて、スタッフの意識にも変化が見られ、「アルバイトが設置対応に慣れた」「スロープがあることで自信をもって案内できた」といった声が寄せられました。街歩きイベントに参加された方々からも「街の見方が変わった」という声が多く寄せられ、意識の変容に寄与したことも印象的です。

本報告書にまとめたアンケート結果、制度提案、そして多くの定性的エピソードは、今後の条例制定や補助制度の拡充に向けた貴重なエビデンスとなると確信しております。

「行きたい店に、行ける」という当たり前を実現するために、この実証事業を一過性の取り組みで終わらせることなく、持続可能な制度として全国に広げていくことが、私たちの次なるステップです。

9.謝辞

寄付を通じて本実証実験に力強い後押しをしてくださった山本正喜様、Policy Fund（運営：PoliPoli）の皆様、実行にご協力いただいた群馬県知事山本一太様、群馬県の皆様、群馬県当事者団体及びプロジェクトメンバーの皆様、高橋儀平先生、ご協力いただいた21店舗の皆さま、すべての関係者の皆様に心より感謝申し上げます。

以上